

Análisis de la comunicación como punto estratégico para el fortalecimiento de los procesos y la gestión administrativa en la Casa de la Mujer, Pérez Zeledón, año 2024

Informe de tesis presentado en el

Área de Secretariado Profesional

Sede Regional Brunca

Universidad Nacional

Para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Oficinas

Verónica Araya Espinoza

Cédula: 118230373

Madelayne Blanco Gamboa

Cédula: 117690077

Junio, 2025

Análisis de la comunicación como punto estratégico para el fortalecimiento de los procesos y la gestión administrativa en la Casa de la Mujer, Pérez Zeledón, año 2024

Informe de tesis presentado en el

Área de Secretariado Profesional

Sede Regional Brunca

Universidad Nacional

Para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Oficinas

Verónica Araya Espinoza

Madelayne Blanco Gamboa

Junio, 2025

Análisis de la comunicación como punto estratégico para el fortalecimiento de los procesos y la gestión administrativa en la Casa de la Mujer, Pérez Zeledón, año 2024

Verónica Araya Espinoza

Madelayne Blanco Gamboa

APROBADO POR:

Tutora de TFG

M.Sc. Digna Valverde Fallas

Asesor

M.L. Joseph Montenegro Bonilla

Asesora

Mba. Sindy Valverde Umaña

Representación del decanato

Dr. Elvis Rojas Ramírez

Director de campus

MSc. Erick Madrigal Villanueva

Dedicatoria

Dedico esta tesis a todas esas personas que no se rinden y luchan por sus sueños, cuando en este proceso o cualquier otro desafiante les ha dejado saber que lo único imposible es aquello que no se intenta, cuando incluso a pesar de las circunstancias que se puedan presentar, siguen adelante.

-Madelayne B. Gamboa

Esta tesis la dedico con todo mi corazón a mis padres y hermanos, quienes siempre han sido mi mayor inspiración en cada paso. Cada lucha y esfuerzo lo he hecho pensando en su apoyo incondicional.

-Verónica A. Espinoza

Agradecimientos

Me gustaría agradecer primeramente a la profesora Digna Valverde, ejemplo de cómo me gustaría llegar a ser cuando sea docente, por todo su apoyo, paciencia, compromiso y dedicación a esta maravillosa profesión. También agradezco a mi familia, esos que nunca dejaron que me rindiera, me brindaron seguridad y apoyo para continuar con mis estudios.

-Madelayne B. Gamboa

Mi dedicatoria es primeramente para Dios, sin duda alguna ha sido mi apoyo durante toda mi vida para llegar al lugar en el que hoy estoy. He pasado dificultades, pero dichosamente las he superado, gracias a su ayuda divina. Además, agradezco inmensamente a toda mi familia que ha sido mi gran pilar.

-Verónica A. Espinoza

Resumen ejecutivo

Esta tesis se centra en estudiar la comunicación en el correcto funcionamiento tanto interno como externo en las organizaciones, con un enfoque específico en la Casa de la Mujer. Se destaca la relevancia de la comunicación en ambos ámbitos, ya que influye directamente en los servicios y atenciones ofrecidas a los usuarios, así como el desempeño de los empleados dentro de la organización. El objetivo principal es analizar la comunicación como un punto estratégico para el fortalecimiento en los procesos y la gestión administrativa de las labores de la institución. Además, se desarrollan objetivos específicos que incorporan algunas variables necesarias para proporcionar información relevante sobre el tema. Para alcanzar el objetivo principal, se aplica una encuesta a usuarios para obtener la información necesaria sobre su bienestar o inconformidad sobre el servicio obtenido. Para los colaboradores de la organización, se aplica un instrumento que recolecta información sobre sus condiciones laborales en el ámbito comunicativo, como parte de una investigación cualitativa, permitiendo la recolección de información de forma real y profunda. Finalmente, se examina detalladamente la encuesta a los usuarios y colaboradores y se extraen los resultados pertinentes sobre su percepción y experiencias con la organización. Del mismo modo, a partir de los instrumentos aplicados a los empleados y usuarios se realiza un estudio de los resultados obtenidos con el objetivo de obtener conclusiones significativas sobre su opinión y experiencia con la organización.

Índice

Dedicatoria.....	5
Agradecimientos	6
Resumen ejecutivo.....	7
Índice.....	8
Índice de tablas	12
Índice de figuras.....	13
Lista de abreviaturas.....	15
Capítulo I.....	16
Planteamiento del Problema.....	16
Introducción.....	17
Tema	19
Pregunta de investigación	21
Interrogantes de la investigación	21
Objetivo general	22
Objetivos específicos.....	22
Justificación	23
Contexto de la investigación	27
Antecedentes.....	28
Antecedentes históricos	28
Antecedentes teóricos.....	28
Antecedentes metodológicos	30
Capítulo II.....	31
Marco teórico.....	31
Contexto organizacional.....	32

Municipalidad de Pérez Zeledón	32
Oficina de la Mujer	33
Asociación.....	35
Casa de la Mujer, Pérez Zeledón	36
Misión.....	37
Visión	37
Valores	37
Historia de la Casa de la Mujer	38
Fundadoras de la Casa de la Mujer.....	39
Estructura Organizativa de la Casa de la Mujer.....	41
Servicios de la Casa de la Mujer	43
Talleres de la Casa de la Mujer	43
Programas de la Casa de la Mujer	45
Fundamentación teórica.....	47
Cultura organizacional.....	50
Procesos de comunicación.....	57
Comunicación organizacional.....	58
Comunicación estratégica	60
Comunicación efectiva	61
Proceso administrativo	62
Optimización de procesos administrativos.....	63
Gestión del tiempo	64
Gestión administrativa.....	64
Comunicación Interna	66
Estrategias de comunicación.....	67
Capítulo III.....	73

Marco metodológico	73
Enfoque teórico de la Investigación	74
Tipo de estudio	75
Diseño muestral	77
Población de estudio	77
Muestra	78
Distribución de la muestra	79
Participantes del estudio	79
Variables de la investigación	81
Definición operacional de las variables	81
Variable 1. Comunicación	83
Variable 2. Cultura organizacional	83
Variable 3. Comunicación organizacional	84
Variable 4. Gestión administrativa.	85
Técnicas e instrumentos de Investigación	86
Técnicas	86
Instrumentos	88
Guía de observación	89
Cuestionarios	90
Fuentes de información	91
Fuentes primarias	91
Fuentes secundarias	91
Fuentes terciarias	92
Capítulo IV	93
Análisis e Interpretación de la Información	93
Capítulo V	124

Conclusiones y recomendaciones	124
Recomendaciones.....	127
Referencias	129
Apéndices	143
Apéndice A. Instrumento 1 encuesta: Cuestionario dirigido a colaboradores de la Casa de la Mujer.	144
Apéndice B. Cuestionario para usuarios de la Casa de la Mujer	150
Apéndice C. Lista de cotejo: Observación directa al instructor.....	153
Apéndice D. Lista de cotejo: Observación directa a los colaboradores.....	155
Apéndice E. Correo electrónico permiso de la organización	157

Índice de tablas

Tabla 1 Ejemplo de plantilla de procedimiento normalizado de trabajo en la coordinación de talleres.....	72
Tabla 2 Muestra de participantes del estudio	79
Tabla 3 Cuadro de variables del objetivo 1.....	82
Tabla 4 Cuadro de variables del objetivo 2.....	84
Tabla 5 Tabla de variables del objetivo 3.....	85
Tabla 6 Comunicación de los instructores en los talleres impartidos en La Casa de la Mujer	95
Tabla 7 Comunicación de los colaboradores en la atención al cliente en La Casa de la Mujer	97
Tabla 8 Principios reflejados por los colaboradores de la Casa de la Mujer	101
Tabla 9 Percepción de usuarios sobre valores de Honestidad y Respeto	103
Tabla 10 Percepción de usuarios sobre valores de Compromiso y Solidaridad.....	104
Tabla 11 Razones por las que establecer plazos de tiempo mejora la ejecución de las tareas.	110
Tabla 12 Estructura organizativa de tareas en la Casa de la Mujer	120
Tabla 13 Responsable de la organización de tareas en el espacio de trabajo.....	121

Índice de figuras

Figura 1. Valores que destacan para los colaboradores en la Casa de la Mujer	98
Figura 2. Percepción de los colaboradores sobre el impacto de los valores	100
Figura 3. Percepción de usuarios del servicio recibido por la Casa de la Mujer	102
Figura 4. Relación interpersonal existente entre los colaboradores de La Casa de la Mujer	104
Figura 5. Nivel de satisfacción de los colaboradores de acuerdo con la transmisión de información.....	106
Figura 6. Necesidad de mejorar la transmisión de información como una estrategia clave para fortalecer la comunicación interna	108
Figura 7. Estrategias que los colaboradores consideran ayudan a transmitir la información dentro de la organización	109
Figura 8. Escucha activa de los colaboradores ante las consultas de los usuarios	111
Figura 9. Satisfacción de los usuarios con la atención recibida durante consultas.....	112
Figura 10. Preferencias de los usuarios sobre canales de información.....	113
Figura 11. Valoración de los usuarios sobre la efectividad en la inscripción de los talleres	114
Figura 12. Claridad en la información proporcionada para acceder a los talleres	115

Figura 13. Técnicas de comunicación utilizadas frecuentemente en las gestiones administrativas.....	116
Figura 14. Frecuencia del uso de instrumentos de comunicación escrita en la Gestión Administrativa	117
Figura 15. Frecuencia de uso de instrumentos de Comunicación Oral en la Gestión Administrativa	118
Figura 16. Frecuencia de Uso de instrumentos de Comunicación Virtual en la Gestión Administrativa	119
Figura 17. Medios de comunicación utilizados para transmitir información al público. ...	122
Figura 18. Frecuencia de uso de medios de comunicación para la inscripción de talleres	123

Lista de abreviaturas

AP: Aporte a la Sociedad

CA: Comunicación Administrativa

CDLM-Casa de la Mujer

CE: Comunicación Efectiva

CI: Cultura Interna

CO: Comunicación Organizacional

EA: Enfoque Administrativo

PC: Procesos de Comunicación

PNT: Procedimientos Normalizados de Trabajo

TC: Técnicas de Comunicación

TFG: Trabajo Final de Graduación

UNA CPZ-Universidad Nacional Campus Pérez Zeledón.

UNA SRB- Universidad Nacional Sede Regional Brunca

UNA-Universidad Nacional

Capítulo I

Planteamiento del Problema

Introducción

Como parte introductoria, se presentan cada uno de los capítulos de este trabajo final de graduación, con el fin de dar una perspectiva amplia de los temas a tratar. También, se expone la problemática planteada, así como la importancia de esta investigación. Además, se resaltan los objetivos, que brindan el enfoque para el desarrollo del estudio.

Especialmente, la comunicación en una organización es fundamental para optimizar las actividades y relaciones entre empleados. Este aspecto se refleja en la calidad del servicio que es proporcionado a los usuarios. Una comunicación eficaz mejora los procesos administrativos y la atención al cliente, mientras que una deficiente puede perjudicarlos.

De igual manera, la comunicación es un medio que conecta a todos los elementos de la organización para un funcionamiento eficiente, lo que resulta fundamental y beneficioso para cualquier entidad. Además, la comunicación, más allá de ser un transmisor de información, actúa como motor de innovación, resolución de conflictos y adaptabilidad a los cambios empresariales cuando se aplica estratégicamente en las organizaciones.

Asimismo, dar servicio al cliente se relaciona con la comunicación, una tendencia muy sonada hoy, lo que hace que el personal de las organizaciones maneje esta habilidad lo mejor posible. Por ello, es importante la constante actualización en el área de comunicación.

Se evidencia el impacto de la comunicación en la vida de las personas, ya que es una herramienta diaria para expresar e informar, ya sean problemas o soluciones en el trabajo y la vida cotidiana, por lo que actualmente se requiere investigar y analizar la comunicación como punto estratégico para fortalecer los procesos y la gestión administrativa en la Casa de la Mujer, 2024. Además, el tema enmarca la comunicación interpersonal, dando lugar al análisis de la investigación con ese enfoque aplicado a las oficinas de gestión administrativa de dicha organización.

En este contexto el primer capítulo de esta investigación se desarrolla la introducción, que explica el tema de investigación, y el problema planteado, así como su importancia, justificación, interrogantes de la investigación, el objetivo general y los específicos, además, de los antecedentes, que consisten en investigaciones relacionadas con el tema.

El marco teórico se presenta en el segundo capítulo, donde se exponen términos acordes con la investigación. Los términos se desarrollan del concepto más general al específico y se obtiene información de diferentes autores y puntos de vista.

Por otra parte, en el tercer capítulo se desarrolla el marco metodológico y se explica el tipo de estudio que, por su carácter cualitativo, ayuda a recoger y evaluar datos no estandarizados, que se obtienen mediante las personas cercanas al fenómeno en estudio. También, se describe los instrumentos y técnicas de recolección utilizadas con el fin de obtener información, así como la población y la muestra.

Además, el cuarto capítulo muestra la información obtenida por medio de encuestas y observaciones aplicadas. La información fue extraída específicamente de dos encuestas, una dirigida a los usuarios de la Casa de la Mujer y la otra a los colaboradores. También, se realizaron dos observaciones enfocadas en los colaboradores, una sobre la manera en la que impartían los talleres y otra sobre la atención brindada a los usuarios. Toda la información recopilada fue tabulada y representada gráficamente.

En el quinto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas de los resultados analizados en el capítulo cuatro. Este apartado resume los hallazgos más relevantes y responde a los objetivos y preguntas planteadas en la investigación.

Tema

Para la elección de este tema se considera que la comunicación es una herramienta esencial en cualquier proceso empresarial. Por ende, se coincide enfocar la comunicación como un punto estratégico para la gestión administrativa, ya que este enfoque está plenamente alineado con los objetivos y aspectos que se desean destacar, por ende, se elige el tema:

Análisis de la comunicación como punto estratégico para el fortalecimiento de los procesos y la gestión administrativa en la Casa de la Mujer, año 2024.

Descripción del problema de estudio

La comunicación se posiciona como una estrategia para el desempeño de las empresas con un enfoque administrativo, ya que genera el fortalecimiento de dichos procesos. El propósito de implementar la productividad y desarrollar planes que mejoren la visión estratégica de la empresa logra un impacto positivo dentro de la organización y en los usuarios.

Además, es fundamental reconocer la relevancia de una comunicación efectiva, reflejada incluso en el proceso de reclutamiento actual. En la mayoría de los casos se opta por contratar personas con habilidades comunicativas, por encima de aquellas que únicamente tienen conocimiento de un sistema específico. Esto porque es posible explicar las tareas técnicas al empleado una vez que esté en su puesto de trabajo, al contrario de enseñarle cómo comunicarse correctamente con los clientes una vez ya contratado.

Por otra parte, si una organización carece de buenas prácticas para realizar una comunicación eficaz, es probable que algún aspecto se vea afectado. Esto podría resultar en una experiencia negativa tanto para los clientes como para los empleados, lo que disminuye la calidad del servicio, la satisfacción y el rendimiento general en el lugar.

Por ende, un eficaz manejo de la comunicación en una organización es fundamental para un desarrollo tanto interno como externo. La calidad de este servicio afecta tanto a empleados como a clientes, influyendo en el ambiente laboral y la satisfacción de los visitantes. Por lo tanto, se hace necesaria la práctica de una comunicación clara y de calidad para garantizar el éxito y el crecimiento de la empresa.

Pregunta de investigación

¿Es la comunicación parte esencial para el fortalecimiento de los procesos y la gestión administrativa en las oficinas de la Casa de la Mujer?

Interrogantes de la investigación

¿Cómo perciben los usuarios y personal la eficacia de la comunicación en los procesos y la gestión administrativa?

¿Cuáles técnicas de comunicación son efectivas de acuerdo con la cultura interna de la Casa de la Mujer?

¿Cuál es la influencia de la comunicación en la optimización de los procesos administrativos?

Objetivo general

Analizar la comunicación como un punto estratégico para el fortalecimiento en los procesos y la gestión administrativa de las labores de la Casa de la Mujer

Objetivos específicos

1. Identificar las técnicas y los procesos de comunicación interpersonal para la evaluación de su efectividad según la cultura organizacional en la Casa de la Mujer
2. Determinar la percepción de usuarios y personal sobre la comunicación para el fortalecimiento en la toma de decisiones de los procesos administrativos
3. Proponer estrategias de comunicación para el fortalecimiento de la gestión administrativa en la Casa de la Mujer

Justificación

Se reconoce que la comunicación en las empresas es un pilar fundamental de la organización. Esta dimensión abarca los factores relevantes y entrelazados que debe tener una empresa para su funcionamiento, desde la gestión ordenada de los procesos hasta acciones que influyen en el comportamiento, como la actitud, el compromiso laboral y social que tienen los colaboradores dentro las empresas.

La comunicación se observa como un recurso fundamental para la subsistencia de sus miembros. En el ámbito laboral, la constitución misma de una empresa significa que hay actos y procesos comunicativos que se deben consolidar para llegar a una meta, porque casi nunca una empresa es sola una persona; sino muchas personas que conversan para conseguir objetivos e ir caminando hacia metas más grandes. Pero esa conversación debe procurar el mayor entendimiento posible, porque la experiencia de cada uno de los miembros de la empresa puede llevar a una interpretación diferente sobre una información o un acto. (Farinango, 2024, p. 91)

Lo cual radica en comprender la importancia de la comunicación como una clave para el fortalecimiento de los procesos y gestión administrativa de empresas como la Casa de la Mujer, siendo esto esencial para la gestión administrativa. En otras palabras, es relevante entender la comunicación como punto esencial de la Administración de Oficinas, debido a que la carrera enseña sobre la comunicación organizacional y la importancia de mantener un orden y trabajar en equipo.

Del mismo modo, en el ámbito social se destaca la realización de la investigación en una institución centrada en brindar beneficios a las mujeres de todo el cantón de Pérez Zeledón por medio de ayudas para contrarrestar los abusos o maltrato sufridos y apoyo para que las mujeres se puedan empoderar como resultado, por lo cual se pretende buscar la optimización

en los procesos administrativos con herramientas esenciales como lo son la comunicación interna, siendo una implicación a futuro para mejorar las actividades administrativas que logren beneficiar tanto a las trabajadoras de la Casa de la Mujer como a las mujeres atendidas que utilizan sus servicios.

La comunicación interna como el conjunto de reflexiones, procesos, aplicaciones y posterior evaluación de los discursos y prácticas en materia de comunicación. Su principal función es informar sobre el desarrollo de la empresa, recordar y reforzar la cultura organizacional, y mostrar a los empleados el camino para alcanzar los objetivos organizacionales. Una estrategia de comunicación interna influye directamente en la productividad, el clima laboral, la fidelidad de los trabajadores y la reputación organizacional. (Farinango, 2024, p. 91)

Siendo esencial la comunicación y sus técnicas, es fundamental la implementación del objetivo principal de analizar la comunicación como un punto estratégico para el fortalecimiento en los procesos y la gestión administrativa de las labores en la Casa de la Mujer durante el año 2024. Este análisis implica reconocer la comunicación como estrategia para fortalecer dichos procesos.

Las técnicas de comunicación y la efectividad de acuerdo con la cultura interna en la Casa de la Mujer es el primer objetivo específico, ya que es importante conocer a detalle los sistemas que se manejan dentro de la institución con el fin de identificar los procesos de comunicación y su influencia en la optimización de los procedimientos administrativos, con el propósito de potenciar la eficacia operativa en el entorno de la oficina.

Con lo anterior, se procede a comprender la percepción de usuarios y personal sobre la efectividad de la comunicación en los procesos y en la gestión administrativa de la institución,

con el fin de conocer cómo la comunicación puede ayudar a mejorar los procesos en las oficinas.

Por otra parte, la investigación es científica y utiliza la metodología cualitativa, en la cual los investigadores deben estar atentos al entorno en estudio, y como las circunstancias observadas podrían influir en los análisis y resultados de la investigación.

Un aspecto interesante en el análisis cualitativo es la dependencia, que se refiere al grado en que los investigadores dan cuenta de los contextos cambiantes y las circunstancias observadas durante la ejecución del estudio, que afectan la validez interna del estudio.

En términos de generalización, existen dos alternativas: la transferencia, que es el grado en que los temas que emergen del estudio pueden ser transferidos a otro contexto, o la generalización teórica, que es en qué medida los datos me permiten construir o aportar en la construcción de una nueva teoría (Bedregal et al., 2017, p. 375).

Por otro lado, la recopilación de los datos se realiza por medio de cuestionarios que se describen como una encuesta realizada de manera escrita. Estos cuestionarios están estructurados, por lo cual las preguntas son estandarizadas para los encuestados, siendo esto esencial para el procedimiento de investigación cualitativa.

La investigación genera información valiosa que puede ser utilizada en el campo de la administración de oficinas como una estrategia para ayudar a los administradores en la eficiencia de los procesos administrativos, en cuanto al aporte para la sociedad y para una institución como la Casa de la Mujer, cuya misión es ser una organización defensora de la integridad e igualdad de género, que a su vez promueva la participación activa de la mujer en la sociedad, y así mismo un espacio fundamental para el trabajo multidisciplinario que logra dar una respuesta positiva y oportuna a las mujeres y grupos organizados que luchan por el desarrollo integral dentro de la sociedad.

En particular, al realizar esta investigación en una institución que vela por el bien de la sociedad, vale decir que las mejoras continuas que se brinden por medio de investigaciones permiten el desarrollo y desenvolvimiento en el ámbito administrativo y social, logrando ayudar a mujeres y velar por proteger sus derechos en la sociedad.

Contexto de la investigación

El presente apartado contextualiza la comunicación como un instrumento esencial para el fortalecimiento de los procesos en las oficinas. La investigación se desarrolla en la Casa de la Mujer, institución ubicada en el distrito de San Isidro de El General, que pertenece al cantón de Pérez Zeledón. La organización se encarga de brindar ayuda a las mujeres víctimas de violencia por medio de cursos, talleres, atención psicológica, entre otros.

La Casa de la Mujer (s.f.) menciona lo siguiente en su página web en el apartado “servicios”:

Buscamos eliminar los obstáculos que impidan o dificulten la plenitud de las mujeres, contribuir a la inclusión y cohesión social y luchar para combatir las situaciones de marginación, discriminación y abuso. Defender los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales de los sectores más vulnerables. (párr. 2)

Así, la Casa de la Mujer es una institución que vela por ayudar a las mujeres generaleñas a encontrar un lugar de sostén evitando la marginación de las mujeres y potenciando su contribución a una sociedad en armonía.

En adición a lo anterior, es destacable la labor de la institución a favor de las mujeres generaleñas; sin embargo, es necesario señalar que la efectividad de la institución también depende de procesos en su gestión administrativa. Este trabajo de investigación promueve el mejoramiento de los procesos de la comunicación, los cuales son un punto estratégico que mejoran el trabajo de los funcionarios de las oficinas y la atención brindada a las mujeres que son atendidas.

Antecedentes

Antecedentes históricos

La Casa de la Mujer ha sido parte de pocas investigaciones. La más reciente fue creada por la Dirección Área Rectora de Salud Pérez Zeledón por los autores Orozco et al. (2023), en donde se habla sobre casos de personas atendidas en programas de violencia en la Casa de la Mujer.

No obstante, no se ha realizado ningún tipo de investigación en el ámbito de la comunicación con el enfoque en fortalecimiento de los procesos y la gestión administrativa, por lo que esta investigación es de beneficio para la orientación de nuevos estudios para la institución.

Antecedentes teóricos

La comunicación es una herramienta esencial para la transmisión de información en la vida cotidiana, ambientes sociales, dentro de las organizaciones, entre otros. Por ende, diferentes autores la describen de la siguiente manera.

La comunicación está presente una serie de elementos sin los cuales no se llevaría a cabo este proceso tan complejo. No basta sólo con hablar; es necesario ir más allá, romper la barrera de lo superficial. Las conversaciones que se mantienen con las personas son las que determinan las relaciones. Lo que se habla y escucha, como lo que dice el mismo individuo, determina el mundo de acciones que es posible para todos. Por ello, el desarrollo de las competencias conversacionales puede llevar a los individuos a una mayor efectividad y bienestar en su vida (Gómez, 2016, pp. 6-7).

De este modo, Del Poso (2022) menciona que la comunicación es uno de los elementos que hacen posible la unidad, la participación y la lucha por un proyecto empresarial. Invertir en comunicación interna supone una inversión en capital humano. Es decir, los colaboradores de la empresa pueden ser participativos siendo más efectivos.

A su vez, Garrido et al. (2020) señalan que la comunicación es un proceso continuo e interactivo, en el que se deben producir espacios de sintonía entre los involucrados.

Igualmente, Brandolini et al. (2009) indican que la comunicación es el proceso a través del cual se le otorga sentido a la realidad. Comprende desde la etapa en el que los mensajes fueron emitidos y recibidos, hasta que alcanzaron a ser comprendidos y reinterpretados desde el punto de vista de la recepción. En el modelo de comunicación intervienen diferentes factores: emisor, receptor, mensaje, canal, respuesta, ruido, barreras y puentes. El emisor emite un mensaje a través de una canal al receptor. En dicho proceso puede haber ruido (estímulo que se interponga en la transmisión del mensaje) y barreras que lo dificulten, para lo que será necesario utilizar puentes para facilitar la comunicación. Necesariamente, para que el proceso comunicativo exista y no sea meramente un proceso informativo. Debe existir una reinterpretación del mensaje emitido por parte del receptor, fruto de sus vivencias y experiencias previas.

La comunicación es la transmisión de información mediante expresiones que ayudan a comprender las ideas entre el emisor y el receptor. La comunicación interna se orienta a la comunicación que se da dentro de la organización y que incide en las relaciones interpersonales dentro de la empresa. Esta comunicación comprende la transmisión de la información necesaria para la realización de las tareas y aquellas relacionadas con aspectos personales de los miembros, no necesariamente asociada a la actividad laboral.

Antecedentes metodológicos

En el contexto metodológico se demuestra la viabilidad del instrumento empleado, lo cual se respalda con la investigación realizada por Balarezo (2014), con el objetivo principal de implementar un instrumento adecuado para medir la opinión interna de los trabajadores de la empresa, y visualizar ampliamente sus opiniones.

Además, en la mejora del flujo de la información por medio de la comunicación Moreno (2021) habla acerca de la comunicación interna como un papel de relevancia dentro de las organizaciones, que puede mejorar la efectividad de los procesos, hasta mejorar la motivación de los colaboradores, logrando la reducción de problemas en las relaciones laborales. En adición, su trabajo presenta una investigación donde la metodología es de carácter descriptiva aplicada; de este modo, la investigación es de tipo mixta y hace referencia a la combinación de los métodos cuantitativos y cualitativos. Seguidamente, en el estudio se aplica una entrevista estructurada para la recolección de información en donde el instrumento es un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.

Capítulo II

Marco teórico

Esta sección trata temas fundamentales relacionados con la investigación, para facilitar al lector una guía perceptible que mejore la comprensión de aspectos claves de este trabajo. De este modo, se pretende analizar conceptos claves que sustentan y dan fundamento a la investigación:

Contexto organizacional

El contexto organizacional hace referencia a un tipo de entorno ya sea Interno o externo donde se desenvuelve una institución, donde se destacan los factores, condiciones y circunstancias que influyen para el funcionamiento y toma de decisiones de la organización.

Así, de esta manera se abarcan a continuación los puntos relevantes de la Casa de la Mujer, con el fin de conocer su historia, servicios, talleres y cursos, entre otros aspectos relevantes.

Municipalidad de Pérez Zeledón

Es una entidad gubernamental de Costa Rica, la cual se encarga de administrar los asuntos municipales del cantón de Pérez Zeledón, entre los que se pueden destacar algunas actividades relevantes, como lo son el control de seguridad ciudadana y la Oficina de la Mujer, en la cual se indagará a fondo más adelante:

La Municipalidad de Pérez Zeledón como gobierno local del cantón del mismo nombre, número 19 de la provincia de San José, atiende a una población de 134.535 habitantes, de los cuales 65.389 son hombres (49%) y 69.145 son mujeres (51%), según información obtenida del X Censo Nacional de Población y VI de Vivienda: Resultados Generales / Instituto Nacional de Estadística y Censos realizado en el año 2011. (Plan de Desarrollo Municipal de Pérez Zeledón, 2021, p.20)

Esta información es vital para comprender la composición y las necesidades de la población del cantón de Pérez Zeledón. Al conocer su tamaño poblacional y la distribución por género, la administración municipal puede poner planes y estrategias en acción que atiendan de manera equitativa las diversas realidades y demandas de los habitantes. De este modo, conocer esto ampliamente permite asignar recursos con una mayor eficacia de la gestión de servicios públicos locales, contribuyendo con los Planes de Desarrollo Municipales.

Además, el Plan de Desarrollo Municipal de Pérez Zeledón destaca lo siguiente:

La Municipalidad dentro de su autonomía constitucional, forma parte de la administración pública costarricense que debe de velar por el desarrollo no solo de la infraestructura local, sino también por el desarrollo integral, que incluya un desarrollo socio económico y cultural de los habitantes de su territorio y de la zona sur del país. (Plan de Desarrollo Municipal de Pérez Zeledón, 2021, p.21)

Por ende, al priorizar el desarrollo integral, la Municipalidad de Pérez Zeledón contribuye significativamente con el bienestar de los pobladores locales. Esta inversión se traduce en mejoras palpables en áreas claves, por lo que un ejemplo es la Oficina de la Mujer.

Oficina de la Mujer

Esta instancia está compuesta por mecanismos y programas para promover, defender y garantizar los derechos de las mujeres.

Se cuenta con una Ley que ampara el accionar de las Oficinas de la Mujer, en el país mediante la Ley de Creación del Instituto Nacional de las Mujeres INAMU Ley No. 7801, en el Artículo 4º Atribuciones, para el cumplimiento de sus fines, el Instituto tendrá las

siguientes atribuciones: ... e) Promover la creación de oficinas ministeriales, sectoriales y municipales de la mujer, además, garantizar y coordinar su funcionamiento (Plan de Desarrollo Municipal, 2021, p.80).

Así, la oficina está respaldada por la Ley del Instituto Nacional de las Mujeres (Ley No. 7801), la cual debe promover la creación de oficinas que brinden ese apoyo a las mujeres, ofreciendo asesoramientos, capacitaciones y atenciones psicológicas. Por lo tanto, se destaca su objetivo general: “Impulsar políticas, programas, proyectos y acciones estratégicas para avanzar en el ejercicio de los derechos de las mujeres y la igualdad y equidad de género en el ámbito local” (Municipalidad de Pérez Zeledón, Oficina de la Mujer, s.f, párr. 10).

La gestión de ayuda a las mujeres está sólidamente establecida dentro de este ente público. Además, la oficina cuenta con proyectos sociales y de ejecución ya que la Oficina de la Mujer (s.f.) menciona que uno de sus objetivos es:

Brindar atención especializada en violencia intrafamiliar, mediante el desarrollo de diversas estrategias: grupos de apoyo, grupos terapéuticos, atención individual, entre otros. Promover la sensibilización de diferentes actores locales sobre el tema de derechos y perspectiva de género, para promover una transformación de patrones socioculturales que promueven relaciones de dominación y discriminación. (párr. 20)

Debido a esto, uno de los proyectos con mayor apoyo dentro de la oficina son los procesos psicoterapéuticos, en coordinación con la Casa de la Mujer o en este caso, con la Asociación de Mujeres Generaleñas.

Asociación

Las asociaciones son entidades conformadas por más de dos personas que comparten un propósito en común. Estas asociaciones pueden tener un ámbito comercial o ser sin fines de lucro:

Las asociaciones no sólo se pueden ver desde una sola perspectiva y que junto con otros grupos, como organizaciones de la sociedad civil y movimientos sociales, desempeñan un papel relevante en procesos tales como la elaboración e implementación de políticas sociales, la vigilancia electoral, los esfuerzos de regulación, la creación de estándares o la fiscalización de los recursos públicos, así como en el desarrollo y solución de los procesos conflictivos, en la reconstitución del orden social y en la promoción de la vida ciudadana. (Rico, 2013, p. 203)

Como lo mencionó Rico (2013), las asociaciones son un conjunto de organizaciones de la sociedad civil, por lo que podemos entender que la Asociación de Mujeres Generaleñas trabaja en conjunto con estas, siendo de ayuda para la solución de procesos conflictivos o de violencia, y contribuyendo a la reconstrucción de ese orden social que debe ser abarcado con asociaciones especializadas en dichos temas.

Por lo cual Guadarrama (2018), menciona lo siguiente acerca de las asociaciones:

Las asociaciones libres, voluntarias, autónomas, con fines solidarios y mecanismos no lucrativos constituyen un tipo ideal que no necesariamente se corresponde con la realidad del universo asociativo. En esa realidad compleja, numerosas asociaciones utilizan mecanismos de mercado y obtienen ganancias que justifican en función de sus fines, funcionan también como complementarias en las responsabilidades del Estado para la procuración del bienestar y son subsidiadas por los Gobiernos, lo que no invalida el papel de las asociaciones en la economía del bienestar (p. 42).

En la cita anterior, Guadarrama (2018) menciona las asociaciones civiles y de interés colectivo. Estas son reconocidas por ser libres, voluntarias y autónomas, conformadas por personas que participan de manera activa. Además, deben ser con fines solidarios y no lucrativos. Asimismo, otro aspecto a destacar es que se complementan con el estado para procurar el bienestar, en este caso, el bienestar social de las mujeres generaleñas, por lo que este puede abordar necesidades específicas, tal como lo hace la Casa de la Mujer.

Casa de la Mujer, Pérez Zeledón

En Pérez Zeledón, la Casa de la Mujer desempeña un papel esencial en la vida de las mujeres, sus familias y muchas personas en general. Su trabajo se centra en asegurar que las mujeres no se encuentren en situaciones como la violencia doméstica, proporcionando un refugio seguro y recursos necesarios para su protección. Además, provee apoyo integral a personas víctimas de abusos sexuales, ofreciendo acompañamiento psicológico, y asesoramiento legal, entre otros servicios. Es importante destacar que es una asociación sin fines de lucro. La Casa de la Mujer (2015) proporciona una descripción de su funcionamiento y misión:

Es un espacio fundamental para el trabajo multidisciplinario, que logra dar una respuesta positiva y oportuna a las mujeres y grupos organizados, que luchan por su desarrollo integral dentro de la sociedad, y una oportunidad para las instituciones gubernamentales y autónomas que deseen canalizar a través de esta organización, su tarea de acción social en el cantón de Pérez Zeledón. (párr. 1)

Por ende, dicha institución es una esperanza para aquellos que buscan impulsar cambios significativos en la sociedad o atraviesan momentos difíciles que requieren apoyo. La presencia

de esta asociación se convierte en un punto de luz para quienes desean cambiar realidades, superando momentos difíciles o circunstancias actuales desafiantes.

Por otro lado, como toda organización, la Casa de la Mujer cuenta con una misión, visión, y valores, los cuales son fundamentales para comunicar a su público su objetivo, su propósito y la forma en la que desea ser percibida. A continuación, en su página web se detallan cada uno ellos en el apartado “Misión y Visión”:

Misión

“Somos una organización defensora de la integridad e igualdad de género, que a su vez promueve la participación activa de la mujer en la sociedad” (Asociación de Mujeres Generaleñas Casa de la Mujer, s.f., párr. 1).

Visión

“Ser reconocida como la mejor ONG, sin fines de lucro del cantón de Pérez Zeledón, por su compromiso y lucha en el fortalecimiento integral del género, debidamente certificada con nivel de experta en el tratamiento de la violencia” (Asociación de Mujeres Generaleñas Casa de la Mujer, s.f., párr. 3).

Valores

“Honestidad, compromiso, respeto, solidaridad” (Asociación de Mujeres Generaleñas Casa de la Mujer, s.f., párr. 2).

Por lo tanto, según el marco estratégico de la Casa de la Mujer, su objetivo es transmitir que es una asociación centrada en crear un espacio donde las mujeres se sientan parte activa

de un entorno de seguridad. Además, en su marco se expresa que es una entidad sin fines de lucro, esto aporta significativamente al bienestar de la sociedad. Asimismo, sus valores destacan un enorme compromiso con las personas que se acercan a la organización.

Historia de la Casa de la Mujer

Es fundamental conocer la historia del surgimiento de la Casa de Mujer y cómo la sociedad tuvo la necesidad de crear una asociación de mujeres en la zona de Pérez Zeledón. La creación de una asociación conlleva mucha dedicación. Las mujeres partícipes de la creación de la Casa de la Mujer son un gran ejemplo de lucha y disciplina. Su notable influencia se refleja en la asociación que hoy en día ayuda a muchas mujeres que sufren violencia, personas que han experimentado algún tipo de abuso e incluso a familias enteras. Por lo tanto, en su página web en el apartado “Historia” se expone la creación y fundación de la Asociación de Mujeres Generaleñas. La Casa de la Mujer (s.f.) menciona lo siguiente:

A partir de los años noventa, surgen en Centroamérica diversas organizaciones más estables y consolidadas, para brindar apoyo y luchar por los derechos humanos de la población femenina.

La Liga Feminista, fundada en 1923, fue el principal movimiento por el que las mujeres iniciaron la lucha por sus derechos y la igualdad de género, como lo especifica el sitio web mujereshoy.info. «La Liga Feminista fue la primera organización feminista del país que proclamaba la lucha por la emancipación de las mujeres como su propósito fundamental». A partir de ahí, surgieron otras asociaciones y manifestaciones que luchaban porque la mujer obtuviera un papel activo y justo en la sociedad y se consiguieron leyes como la Igualdad Real de la mujer (Ley N° 7.142/1990).

Un grupo de mujeres generaleñas conscientes que el cantón de Pérez Zeledón no contaba con un ente específico, para atender las necesidades para el desarrollo integral de las mujeres, deciden formar la Asociación de Mujeres Generaleñas promoviendo el desarrollo hacia el siglo XXI, que da inicio con una Asamblea General Ordinaria, el día 14 de septiembre de 1998. En esta Asamblea se establecieron los estatutos, que regirán esta Organización no gubernamental, constituida con fundamento en la Ley de asociaciones N° 218. (párr. 1)

La formación de la Asociación de Mujeres Generaleñas en el cantón de Pérez Zeledón marca un cambio significativo, ya que se encarga de la búsqueda integral y la equidad de género en la región. Este acto refleja la iniciativa de ese grupo de mujeres por un mejor mañana y la importancia que tiene para ellas el contar con un ente específico al cual las mujeres puedan acudir y ser atendidas ante situaciones de vulnerabilidad. Además, es fundamental conocer la identidad de las personas que son partícipes de esta valiosa iniciativa.

Fundadoras de la Casa de la Mujer

La creación de la Asociación de Mujeres Generaleñas implica la participación exclusiva de mujeres. Este detalle resalta la importancia del papel desempeñado por estas personas en el impulso de un cambio significativo en su comunidad. La Casa de la Mujer (s.f.) proporciona una lista detallada en su página web de las personas que formaron parte de esta iniciativa en el apartado “Historia”:

Delia Monge Padilla, María de los Ángeles Viquez Ramírez, Eneida Monge Azofeifa, Yolanda Meléndez García, Margarita Cubero Gómez, Virginia Gamboa Cascante, Olivia Marino Jiménez, Marianela Castillo Campos, Ivannia Carvajal Obando, Dixiana Vargas Obando y Eduviges Solórzano Solís. (párr. 4)

Hay muchas mujeres involucradas en la creación de La Casa de la Mujer. Su esfuerzo y dedicación son ejemplos claros de perseverancia, sirviendo de inspiración para otros en la comunidad.

Por otra parte, la Casa de la Mujer (s.f.) menciona en su página web en el apartado “Historia” que los tres órganos que forman parte de su asociación son “La Asamblea General, la Junta Directiva y la Fiscalía, que sería renovada cada 2 años” (párr. 5). Cada órgano está en constante rotación, lo que implica que no se mantienen estáticos si no que cada cierto tiempo hay personas diferentes en el poder que llegan a aportar nuevas ideas y comienzos.

La Asociación de Mujeres Generaleñas antes contaba con ciertos fines principales, solamente que en la actualidad se rige por fines diferentes a esos. A continuación, la Casa de la Mujer (s.f.) menciona en su página web en el apartado “Historia” que anteriormente algunos fines principales eran gestionar el mejoramiento social, cultural, educativo, organizativo y productivo de sus miembros, la creación de servicios sociales entre otros por lo cual en la actualidad rigen ciertos fines como: Gestionar el mejoramiento integral de la población femenina y su familia en el ámbito nacional, gestionar y facilitar la incorporación de las mujeres y sus grupos organizados en proyectos institucionales, promover espacios para la investigación, el voluntariado y la divulgación de resultados en temas pertinentes a violencia de género, niñez, adolescencia y adultas mayores, entre otros. (párr. 6)

Por ende, se puede ver el gran compromiso con el empoderamiento y el desarrollo integral de las mujeres en su comunidad a lo largo del tiempo. Los fines actuales demuestran la capacidad de la Asociación de Mujeres Generaleñas para adaptarse a los tiempos cambiantes, asegurando que los esfuerzos lleven a grandes resultados y que los servicios que brinden sean de calidad.

Estructura Organizativa de la Casa de la Mujer

Las instituciones deben de poseer una organización detallada para delegar correctamente las funciones y llevar a cabo un excelente desarrollo de actividades, tanto interna como externamente.

En este caso Alpuche et al. (2015) mencionan lo siguiente acerca de lo que una organización representa dentro de la sociedad:

La organización es una representación de nivel micro de la sociedad, en ella confluyen individuos para un propósito común que siempre disponen de un cierto margen de libertad para la concepción de sus estrategias y el control las zonas de incertidumbre, lo que llevan a cabo mediante el apego a un conjunto de reglas del juego que pueden ser formales e informales pero considerando que la racionalidad es limitada y que pueden influir de manera positiva en la reducción de los costos de transacción en la organización (p. 22)

Por tanto, las organizaciones son sistemas pequeños que reflejan aspectos de la sociedad. Deben conformarse por individuos con propósitos en común, interesados en lograr metas beneficiosas para la organización y en funcionar mediante reglas bien establecidas, como políticas, procedimientos e incluso normas culturales.

Figura 1*Organigrama Casa de la Mujer*

Nota. Organigrama de la Casa de la Mujer (Asociación de Mujeres Generaleñas Casa de la Mujer, s.f.)

En su página web la Casa de la Mujer posee un organigrama en el apartado “Organización”, bastante completo que funciona para gestionar sus actividades diarias. Por lo cual, la Casa de la Mujer (s.f.) proporciona los nombres de los miembros y el puesto que desempeñan en la junta directiva:

- Presidente: Mariela Víquez Ramírez
- Vicepresidente: Floribeth Badilla Picado
- Tesorera: Margarita Cubero Gómez
- Secretaria: Flor de Liz Barrientos Porras
- Vocal: Bettina Miranda Chaves
- Fiscal: Jahel Lizano Barrantes. (párr. 2)

La información proporcionada ofrece una visión más amplia de los individuos que componen la estructura de la asociación, lo que permite un acercamiento más profundo hacia la comprensión de su dinámica interna. Además, en cualquier entidad, ya sea una organización,

asociación, etc., es fundamental contar con una estructura organizativa sólida para llevar un buen manejo de todos los procesos. Este principio se refleja en el funcionamiento de la Casa de la Mujer, donde, además de una organización bien establecida también existe una historia que clarifica su surgimiento.

Servicios de la Casa de la Mujer

En la institución se brindan servicios de apoyo para quienes se acercan a recibir algún tipo de ayuda. Según la Casa de la Mujer (s.f.), en su página web en el apartado “servicios” mencionan que están orientados a:

Eliminar los obstáculos que impidan o dificulten la plenitud de las mujeres, contribuir a la inclusión y cohesión social y luchar para combatir las situaciones de marginación, discriminación y abuso. Defender los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales de los sectores más vulnerables. (párr. 2)

Los servicios se centran en defender los derechos de las mujeres a como dé lugar. Es uno de los compromisos y retos mayores para quienes forman parte de ella, porque muchas mujeres pueden pasar por diferentes dificultades, donde el único apoyo puede ser la asociación. Sin embargo, generan un ambiente de plena confianza para las personas que acuden a ellos.

Talleres de la Casa de la Mujer

Se conocen los talleres como espacios o sesiones interactivas y participativas donde se invita a las personas asistentes a desenvolverse y compartir activamente, brindando la oportunidad de profundizar los temas que se van a desarrollar:

El taller constituye un lugar de aprendizaje compartido en el que todos sus participantes construyen socialmente conocimientos y valores y desarrollan habilidades y actitudes a partir de sus propias experiencias. (Núñez et al., 2020, p. 141)

De este modo, los talleres son herramientas que permiten el desarrollo de habilidades específicas, en este caso enfocado en el fortalecimiento de la mujer, por lo cual la Casa de la Mujer presenta distintos talleres.

La Casa de la Mujer (s.f.) destaca en su sitio web en el apartado “servicios” los siguientes talleres enfocados en la población meta con la que trabajan:

- Taller Educativo con Cariño para Niños: Sensibilizar a las madres y padres de familia sobre los efectos negativos del maltrato infantil en la vida de los niños, las familias y la sociedad.
- Taller Educa Adolescentes: Conocer los principales cambios que se presentan en la etapa de la adolescencia, teniendo claridad del concepto y origen de esta.
- Sanando sin Secretos: Facilitar a través de la palabra, la contención y el apoyo del grupo la superación del dolor y las secuelas que el abuso sexual y el incesto sufrido en la niñez o a la adolescencia ha dejado en las vidas de las mujeres, ayudándolas así a lograr una vida saludable y feliz.
- Taller de Fortalecimiento Personal y Autoestima: Fortalecer la salud mental y emocional de las mujeres que lo reciben brindando claridad de conceptos y técnicas para su adecuado desarrollo integral, así como también enriquecerlas de conocimiento sobre relaciones sanas.
- Taller Superando mi Duelo: Fomentar el bienestar emocional de la población femenina de la Casa de la Mujer que atraviesan el proceso del duelo e implementar estrategias efectivas para que ellas logren tener una mejor calidad de vida.

- **Taller Control de Emociones:** Dirigida a todas aquellas personas que no saben cómo controlar sus emociones y sentimientos lo que genera que vivan diariamente con estrés y ansiedad. A su vez brindar técnicas que les ayude a llevar un mejor desarrollo social al poder controlar sus emociones de manera asertiva.
- **Taller Reconstruyendo mi Vida:** Proceso psicoterapéutico que se enfoca en las mujeres sobrevivientes de violencia. Reorganizando los conceptos para corregir las conductas que facilitan el desarrollo de la violencia para lograr que las participantes sanen las secuelas que les dejó la violencia en sus vidas. (párr. 3)

Entonces, la asociación principalmente apoya a damas que se encuentran en factores de riesgo, como la violencia, entre otros problemas. Sin embargo, también se enfoca en dar soporte a personas que sufren o han sufrido abusos sexuales, ofreciendo el apoyo psicológico necesario.

Programas de la Casa de la Mujer

Los programas se conocen como planes de estudio diseñados para guiar el aprendizaje, en este caso, de personas o estudiantes. Se implementan en escuelas, universidades, institutos, instituciones. Murillo (2010) menciona lo siguiente acerca de los programas:

Los programas de estudio son la herramienta fundamental de trabajo de los docentes y obviamente la finalidad y la intencionalidad, así como la forma de operarlos se derivan tanto de la fundamentación del currículo, como de los planes de estudio (p. 4)

Por ende, los programas ayudan a manejar mejor las situaciones, ya que son una guía para realizar todos los procesos que deban desarrollarse en alguna actividad o plan de acción. La

Casa de la Mujer (s.f.) posee distintos programas, en su página web en el apartado “Servicios” mencionan los siguientes:

- Programa de Alfabetización: Dirigido a mujeres mayores de edad, que no lograron concluir sus estudios de primaria. Este programa se ofrece gracias a disposiciones de conveniencia mutua entre el Ministerio de Educación Pública y la Casa de la Mujer, para dar una respuesta oportuna a mujeres meta, que por diversas razones no habían terminado sus estudios de primaria, o demostraron no saber leer y escribir.
- Cursos Acreditados por el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)
- Manipulación de alimentos
- Consejos prácticos para la Manipulación de Alimentos
- Servicio al cliente
- Emprendedurismo
- Plan de negocios
- Administración. (párr. 10)

Las asociaciones desempeñan un papel crucial en el desarrollo social, ofreciendo talleres, cursos y programas que benefician a diversas poblaciones. En el caso de la Casa de la Mujer, estas iniciativas son esenciales para quienes utilizan sus servicios. Por lo tanto, es fundamental que esta asociación siga pautas claras y métodos organizativos efectivos, entre los cuales la comunicación juega un papel estratégico, por lo que es de importancia analizar la comunicación como un punto vital para fortalecer los procesos y la gestión administrativa en la Casa de la Mujer.

Es necesario la evaluación de la efectividad de las técnicas y procesos de comunicación empleados, considerando la cultura interna de la organización. Además, para este proceso, la

percepción de los usuarios y el personal sobre la comunicación es esencial, con el fin de mejorar los procesos administrativos.

Fundamentación teórica

Es importante reconocer, especialmente para las investigaciones científicas, la fundamentación teórica que permite definir términos y conceptos clave. Esto facilita que el lector se familiarice con términos de importancia. Además, se realiza una revisión exhaustiva de la literatura de estudios previos y teorías para contextualizar el conocimiento previo, justificando así la necesidad del estudio.

Trabajo

Como una definición general, se entiende el trabajo como una actividad realizada por una persona con el fin de producir bienes o servicios, siendo esta actividad, en la mayoría de los casos, remunerada. Cristancho Giraldo (2022) expone lo siguiente acerca del trabajo:

En síntesis, el concepto de trabajo es heterogéneo aún en tiempos recientes, y se puede definir a partir de dos postulados teóricos: el primero corresponde a la visión neoclásica en la que el único trabajo contemplado es el asalariado, en el que el precio del trabajo es el salario. El otro es el marxista, que considera al trabajo como toda actividad relacionada con la generación de riqueza en la sociedad. Esta segunda visión del trabajo es la que desata el interés de la sociología, pero más específicamente de la sociología del trabajo. Y una tercera visión contempla una combinación de la primera y la segunda, definiendo el trabajo como un medio para alcanzar la plenitud del hombre y

al mismo tiempo los bienes y servicios que le permiten satisfacer sus necesidades materiales. (p. 10)

Por ende, el trabajo puede entenderse como una actividad multifacética que tiene un equilibrio entre algunas perspectivas teóricas que lo definen y complementan. De una manera más resumida, desde el enfoque neoclásico, se ve el trabajo como asalariado. Además, en la visión marxista es visto como cualquier actividad que al realizarse genere alguna ganancia. Finalmente, la tercera perspectiva es vista como una combinación de la primera y la segunda perspectiva, ya que se define el trabajo como un medio para alcanzar la realización integral del ser humano. Por ende, el trabajo tiene varias definiciones o puntos de enfoque, sin embargo, siempre se realiza con el mismo fin el cual es ganar u obtener algún beneficio para la sobrevivencia humana.

El trabajo puede complicarse según las perspectivas teóricas en las que se puede adaptar. La visión neoclásica destaca que solo se realiza a cambio de un salario, además de que el trabajo se paga una vez realizado. La visión marxista acerca del trabajo deja ver que este no solo se limita a generar empleo si no que crea riqueza a la sociedad y es de interés sociológico, pues el trabajo puede contribuir al desarrollo social, económico y las relaciones laborales que ayudan a la sociedad y a la vida de las personas. La tercera visión es una combinación de la primera y la segunda, donde el trabajo no es solo una actividad económica sino también un medio para el desarrollo personal, además de satisfacer las necesidades materiales, y también se reconoce como un punto estratégico del plan de acción de las propuestas para ayudar a la sociedad en la producción de bienes y servicios.

Estrategia

La estrategia es un plan de acción que se emplea para alcanzar puntos u objetivos específicos, por el cual es importante la consideración del entorno, la competencia y las decisiones que se deben tomar con el fin de lograr un resultado deseado, por lo que Naranjo Hernández et al. (2018) mencionan lo siguiente:

La estrategia es una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico, que empleadas de manera literativa y transfuncional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la organización con su entorno, coadyuvando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida su actividad. (p. 567)

Por ende, la estrategia es una herramienta de gestión con procedimientos y técnicas respaldadas con conocimiento científico, aplicada a las organizaciones donde interactúen de manera proactiva con su entorno. También, permite responder de forma eficaz a cambios y desafíos extremos, y su función es satisfacer las necesidades del público objetivo de la organización:

La estrategia entonces es la concepción de los alcances del proyecto, negocio o idea innovadora plasmada en un producto, servicio o solución transformadora, que hace visibles los objetivos de la empresa, que conduce a la realización de los diferentes planes de acción, involucrando decisiones de impacto; en el caso de empresas ya constituidas se deben tener en cuenta la misión, la cultura, el diagnóstico inicial y el análisis del contexto prestando atención a factores como el entorno y la tecnología. (Montes Toro, 2020, p. 3)

Todas las estrategias están ligadas a la cultura organizacional, la cual define cómo se trabaja dentro de la organización. Sin las estrategias, esta cultura no puede desarrollarse adecuadamente, ya que estas determinan cómo se llevan a cabo las tareas en la empresa.

Cultura organizacional

La cultura organizacional abarca varios elementos dentro de las organizaciones que definen cómo la empresa se desarrolla y funciona internamente y con el entorno que la rodea. También, las características y prácticas compartidas dentro de la empresa son un buen ejemplo. Por lo cual Guerrero et al. (2022) mencionan lo siguiente acerca de la cultura organizacional:

El conjunto de hábitos, conocimientos y valores propios de una entidad, en tanto que son compartidos y sostenidos en gran parte por sus miembros. Partiendo de esta explicación, es comprensible que la cultura de una organización deba originarse, en primer lugar, en su seno para, posteriormente, trascender y proyectarse al exterior. De este modo, la solidez y coherencia del sistema cultural de la organización dependerá también del grado en el que sus miembros se sientan identificados o representados por el mismo. (p. 65)

Las características de una empresa dan a conocer cómo se desarrolla en su ámbito específico, logrando que la cultura organizacional defina cómo se desenvuelven sus colaboradores. Esto resulta esencial para la comunicación dentro de la organización:

La cultura organizacional es un sistema de valores compartidos (lo que es importante para la organización) y creencias (cómo funcionan las cosas) que interactúan con la gente, las estructuras de organización y los sistemas de control de una compañía para

producir normas de comportamiento (cómo se hacen las cosas aquí). (Fajardo et al., 2020, pp. 265-266)

El contexto de la cultura organizacional es amplio y abarca distintos aspectos como valores, comportamientos y estructuras. Sin embargo, el eje de la comunicación es esencial dentro de este contexto. Una comunicación efectiva permite la coordinación de labores, y tareas, donde la convivencia sea positiva y donde se fomenta el trabajo en equipo.

Comunicación

La comunicación es la forma más antigua de intercambiar información entre individuos. Puede involucrar ideas, pensamientos, y sentimientos que permiten que un grupo de personas logre una coordinación de actividades, como el transmitir conocimiento, resolver conflictos, incluso construir relaciones a través de esta. En lo que tiene que ver con el ámbito laboral, la comunicación es un punto estratégico que permite la productividad, la toma de decisiones y el clima laboral entre compañeros de trabajo. Por lo cual, Carbajal Quinde (2022) menciona lo siguiente acerca de la comunicación:

La comunicación es un proceso en el cual se intercambian opiniones, datos o información sobre un tema determinado. Los seres humanos necesitan comunicarse para expresar lo que sienten, organizarse en la sociedad, preguntar, resolver sus dudas y llegar a acuerdos eficaces. Además, la comunicación se puede poner en práctica a través de un lenguaje verbal o no verbal. Las formas de la comunicación más importantes son la comunicación verbal, la comunicación no verbal. (p. 1)

En las organizaciones, circulan flujos de información cruciales para abordar problemas y llevar a cabo diversas actividades. La comunicación es uno de los recursos primordiales para este fin.

Además, si la comunicación se utiliza de manera efectiva, la información acerca de un tema es de ayuda para los equipos de trabajo, lo cual fortalece los procesos dentro de la organización. Dado esto, Contreras Delgado et al. (2020) comentan lo siguiente:

La comunicación es un proceso dinámico, cambiante e interminable que ha acompañado al ser humano desde sus orígenes. El sujeto ha evolucionado y se ha integrado en diferentes grupos sociales, y la comunicación en sí misma como proceso y como herramienta indispensable de los intercambios humanos ha sufrido también transformaciones en todos sus ámbitos de estudio y desarrollo tecnológico.

En ese marco, el campo organizacional ha reflexionado sobre el uso eficaz de la comunicación tanto para el avance de los sectores productivos como laborales. Esta fusión entre comunicación y organización contribuye a la formulación de objetivos, la toma de decisiones y el establecimiento de rutas de acción, entre otras actividades que se ponen en juego en los ámbitos corporativos cada vez más complejos (p. 45)

Por tanto, la comunicación es un término amplio que implica procesos dinámicos, y funcionamiento de grupos sociales y de organizaciones. En el ámbito organizacional, su uso es esencial para intercambiar información y realizar objetivos y tareas, pero para lograr un conocimiento profundo es esencial conocer las técnicas de comunicación que permiten transportar la información adecuadamente.

Técnicas de comunicación

Las técnicas de comunicación son las estrategias y métodos utilizados por las personas para transmitir información efectiva. Son fundamentales para transmitir un mensaje y que este se comprenda de la forma en la que se desea. Las técnicas también varían según el contexto y el público al que se desea transmitir información García Arenas (2016) expresan lo siguiente:

Las técnicas de comunicación permiten, que se desarrollen las capacidades para comunicarse y expresarse desde sus pensamientos. Lo que deriva en favorecer su autoestima y la confianza en sí mismos, pues logran identificar que tienen conocimientos, capacidades y otras condiciones producidas por su participación. (p. 46)

El desarrollo de las capacidades personales se basa en técnicas para la transmisión efectiva de lo que se desea comunicar permitiendo a las personas conocer su capacidad para expresarse adecuadamente y que el emisor comprenda el mensaje.

Además, este concepto está vinculado a múltiples factores esenciales para la transmisión efectiva de un mensaje, siendo la comunicación interpersonal una de las técnicas esenciales para lograr ese objetivo y el proceso de intercambio de información, ideas, pensamientos y emociones a través del uso de la voz.

Comunicación interpersonal

Este tipo de comunicación es vital en las organizaciones, ya que esta es la comunicación que se lleva a cabo entre los colaboradores de manera diaria, se podría resumir como la comunicación humana enfocada en las dinámicas e interacciones entre los individuos. Flores Mamani et al. (2016) mencionan lo siguiente acerca de la comunicación interpersonal:

Las habilidades sociales y de comunicación interpersonal involucran las interacciones entre las personas y entre sí mismos, entre las personas y grupos; lo que se busca, entonces, es que la persona maneje correctamente estos aspectos, conductual, personal y situacionalmente; además de considerar los aspectos verbales, no verbales y cognitivos, todos importantes para el desarrollo integral de su personalidad y su formación profesional. (p. 6)

Todo este intercambio de información interpersonal lo consiguen los demás tipos de comunicación, que permiten que el mensaje se entienda y logran que la comunicación se desenvuelva según su conducta y educación.

También, es importante contar con diferentes perspectivas sobre los temas de interés, en este caso, sobre el tipo de comunicación interpersonal, ya que dicho mecanismo genera un conocimiento mucho más amplio del tema.

La comunicación interpersonal es aquella en la que se enfatiza la relación con el otro, se privilegia la comprensión con el que se habla, no el entendimiento de lo que se dice. Dicha relación es imposible de ser pensada sin personalización, intimidad, empatía y confianza; gesta por tanto una comunicación interpersonal y ésta no tiene que darse necesariamente mediante la proximidad física, sino más bien en función de una proximidad afectiva que se recrea desde una posición ética. (Romeu, 2015, p. 195)

En síntesis, la comunicación interpersonal se basa en el conjunto de habilidades integradas, las cuales van más allá de una interacción física, ya que se enfoca en una conexión afectiva genuina. Dicha cercanía emocional es esencial para tener una visión amplia y precisa de los elementos que ayudan a fortalecer las relaciones y alcanzar objetivos comunes.

Comprender a los demás es esencial en las organizaciones. Este tipo de comunicación permite que las personas se desenvuelvan en este proceso con sus ideas, sentimientos y significados mediante signos y símbolos compartidos cara a cara, donde esta pueda ser verbal o no verbal. De este modo Poveda Sánchez et al. (2022) mencionan lo siguiente acerca de la comunicación interpersonal:

La comunicación interpersonal es un pilar clave para forjar buenas relaciones y evitar malentendidos. En medida que mejor sean las habilidades comunicativas mejor va a ser la manera en la que nos relacionamos con las demás personas. (p. 148)

Comunicar implica el uso de muchos métodos y herramientas, por lo que se propone que la comunicación puede ser individual o grupal y cada persona elige cómo expresarse y comunicarse. Así se abre paso a distintos métodos de comunicación, como la comunicación verbal, que es clave esencial dentro de las organizaciones.

Comunicación verbal

La comunicación verbal es fundamental para la interacción humana, y está ligada al funcionamiento de las sociedades, que facilitan la transmisión directa de la información, permitiendo que se desarrollen las relaciones, enseñanzas, toma de decisiones y la coordinación de tareas y actividades. Al respecto López Villa et al. (2023) mencionan lo siguiente acerca de la comunicación y sus subdivisiones:

Comunicación verbal: Se emplea la palabra hablada o escrita entre dos o más interlocutores a fin de transmitir una información, opinión o sentimiento, es propia y única de los seres humanos; se subdividen en:

Comunicación oral: Hace uso de las palabras habladas o de sonidos fuertes como la risa o el llanto. Asimismo, esta varía de un grupo social a otro según el idioma que se hable, por tanto, no todos compartimos los mismos signos lingüísticos, ejemplo una conversación entre amigos o un grito de dolor por un golpe.

Comunicación escrita: se realiza a través de los códigos escritos y los tiempos de respuesta o acción a los mensajes, son un poco más lento que en la comunicación oral. La comunicación escrita se ha desarrollado a lo largo de la historia del ser humano, por tanto, está en constante cambio, en especial con el uso de las nuevas tecnologías. Ejemplo: alfabetos, jeroglíficos, cartas, chats, entre otros. (p. 8)

Entonces, esta no se limita únicamente al acto de hablar. Debe entenderse como una herramienta que abarca tanto la comunicación oral como la escrita y permite el uso de diversas técnicas y recursos. Es crucial reconocer la importancia de la comunicación no verbal, ya que, aunque no se utilicen palabras como en la comunicación verbal, también transmite información de manera efectiva.

Comunicación no verbal

La comunicación no verbal es el proceso de transmitir información sin el uso de palabras. Se utilizan gestos, expresiones faciales, posturas, movimientos corporales, contacto visual, tono de voz, entre más comportamientos y señales:

La comunicación no verbal emplea expresiones faciales, gestos, tonos de voz, actitudes, comportamientos y ropa, permitiendo al individuo no solo comprender el significado de las palabras, sino también comprender los sentimientos del hablante, lo que representa la mayor parte de los mensajes enviados y recibidos. (Brasil de Almeida Rebouças et al., 2015, p. 2)

Algunas de las funciones de la comunicación no verbal son enfatizar el lenguaje verbal, expresar sentimientos y emociones, y sustituir palabras, siendo esta una forma que favorece a la comunicación verbal ya que su mensaje es comprendido de una mejor manera y proporciona apoyo para las comunicaciones interpersonales a la hora de trabajar en conjunto y cuando se da una relación social. Rubio Guirado et al. (2020) menciona lo siguiente acerca de la comunicación no verbal:

La comunicación no verbal está vinculada a un número amplio y heterogéneo de agentes: el lenguaje corporal, el uso del tacto, la proxémica y la ubicación espacial de las personas, las expresiones faciales (ojos, cejas, boca, etc.), las partes del cuerpo

(manos, dedos, brazos, piernas, etc.), todos ellos, ya sea de manera individual o en conjunto, aportan significación gestual a la codificación compartida. (p. 212)

Los tipos de comunicación son fundamentales para llevar a cabo los procesos de comunicación. Si no se comprende su uso correcto, puede ser un obstáculo para transmitir los mensajes, evitando el flujo continuo de información esencial para la comunicación organizacional.

Procesos de comunicación

Para que un proceso o acto de comunicación se realice correctamente, es esencial considerar que este se lleva a cabo entre un emisor y un receptor. Si alguno de estos elementos falta, el mensaje no se transmitirá de manera efectiva, Gómez (2018) lo describe de la siguiente forma:

El acto de comunicación se lleva a cabo entre un emisor y un receptor; el emisor produce un mensaje ajustándose a un código cuyas reglas conoce, y lo emite a través de un canal; el receptor recibe el mensaje y lo interpreta ajustándose a las reglas de ese mismo código que también conoce; el mensaje se trasmite y se interpreta en un contexto determinado. (p. 6)

Por tanto, es esencial conocer ambos conceptos, ya que el proceso de comunicación es bastante estructurado. Para asegurar un mensaje claro, es necesario seguir todas las etapas de manera correcta. Gómez (2018) describe dichos conceptos a continuación:

El emisor, antes de emitir el mensaje, ha de tener algo que comunicar e intención de hacerlo. Digamos que ese algo que pretende comunicar está en su mente, pertenece a

la interioridad del propio hablante; la única manera que tiene para transmitírselo a otro es traducirlo a unas señales externas, perceptibles, que le puedan llegar al receptor.

El receptor, por su parte, interpreta el mensaje recibido, y es frecuente que, mediante su respuesta, se perciba si lo ha captado de acuerdo con la intención comunicativa del emisor.

El mensaje es el contenido de la información que el emisor envía al receptor; en la comunicación verbal, lo normal es que se produzca un intercambio de mensajes entre emisor y receptor, generando la alternancia entre ambos y produciéndose lo denominado diálogo. (p. 6)

El emisor y el receptor son esenciales para una comunicación efectiva. Sin embargo, es importante resaltar el papel del mensaje, ya que actúa como un elemento crucial en el diálogo entre el emisor y el receptor. El mensaje es el punto intermedio que detalla y define la interacción entre ambos y de esta manera se logra que la comunicación sea clara y se desarrolle de manera correcta, facilitando la comunicación organizacional.

Comunicación organizacional

Para que los procesos administrativos se desarrollen de manera más eficiente, es esencial mantener una comunicación efectiva dentro de la organización, ya que esta constituye una herramienta fundamental en la interacción entre las personas.

La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida. (De Castro, 2014, p. 5)

Por ende, dicha comunicación se centra en garantizar que los procesos comunicativos que se lleven a cabo dentro de la organización se gestionan de manera estructurada y eficiente, permitiendo una interacción efectiva entre los diferentes niveles jerárquicos. Además, la comunicación organizacional no solo facilita el intercambio de información, sino que también forma parte integral de la cultura organizacional, enfocándose en una comunicación fluida que contribuya al logro de los objetivos.

La comunicación organizacional es un medio que ayuda a la empresa a mantener relaciones positivas con las demás personas, y define claramente las relaciones entre los diferentes niveles jerárquicos.

La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad, nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo. En efecto, la comunicación en las organizaciones es fundamental para el cumplimiento eficaz de sus objetivos. Es un medio que, en conjunto, permite el desarrollo de sus integrantes para enfrentar los retos y necesidades del mundo cambiante. (Lema et al., 2017, p. 6)

La comunicación organizacional es una característica muy específica de cada organización, lo que resalta su importancia, ya que todas las empresas poseen una cultura diferente, haciendo que la comunicación estratégica pueda cambiar. Lo que lleva a considerar que dicha comunicación es una herramienta que fortalece el desenvolvimiento efectivo de todas las personas que forman parte de la entidad.

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica es el arte de organizar y planificar utilizando una estructura integral de los canales dentro y fuera de la organización, de manera que se comporte en un entorno que favorezca el logro de objetivos planteados, tanto por la empresa como por los mismos empleados, y generando un sentido de pertenencias que desemboca en una percepción favorable de la imagen de la organización. La comunicación estratégica es definida por Gutiérrez (2022) de la siguiente manera:

La comunicación estratégica, es vista como el esfuerzo necesario para anunciar, comprender y hacer negocios, y se presenta como una ventaja competitiva, y es esencial para la gestión de una organización. (p. 37)

Los procesos de comunicación son necesarios durante la comunicación estratégica, pues esta permite comprender cómo el entorno debe ser manejado con el fin de hacer negocios y hacerlo parte de la cultura organizacional:

La tarea fundamental de la Comunicación Estratégica es proyectar la imagen, basada en la identidad de la empresa, con el fin de crear confianza, nexos y lazos con la comunidad y público objetivo, en conclusión, con el medio en el cual se encuentra inserta. (Márquez et al., 2018, p. 153)

La comunicación estratégica permite comprender cómo se mueve el negocio y cómo hacer negocios, pero también comprender cómo mantener un objetivo claro para realizar procesos administrativos que permitan que las técnicas y la comunicación efectiva se desarrollen con éxito.

Comunicación efectiva

La comunicación efectiva es conocida como el proceso de intercambiar información en el cual el mensaje comunicado es comprendido claramente entre el emisor y el receptor y su finalidad es reducir la cantidad de malentendidos que se puedan generar en la comunicación de un mensaje. La comunicación efectiva es descrita por Quaranta (2019) en la siguiente cita:

La comunicación efectiva (compuesta por los factores lingüísticos y paralingüísticos, la escucha empática y la cooperación) es un factor crítico para el éxito y, por lo tanto, la aplicación de la información teórica contribuirá en gran medida al funcionamiento eficiente de los grupos y la tan buscada sinergia positiva. (p. 21)

La comunicación efectiva se basa en la capacidad de tener una escucha empática y fomentar la cooperación entre las personas. Por ende, considerar las perspectivas de los demás y mostrar empatía hacia lo que necesitan, garantizará que se sientan valorados, por ende, se creará un ambiente de confianza y comodidad, aparte de que se facilita la interacción de una manera más clara y eficiente, lo que fortalece la comunicación dentro de la empresa.

El uso del lenguaje, el tono, ritmo, volumen de la voz, y el comprender y compartir los sentimientos del emisor son aspectos cruciales para que se dé una comunicación efectiva. La sinergia debe estar presente en el ambiente laboral para la optimización de procesos administrativos por medio del intercambio de información:

La comunicación efectiva involucra no solo la voz, sino que también viene conectado con el lenguaje corporal; en el cual tenemos que tener en cuenta que no solo es primordial lo que se habla sino como se dice. Esta manera de comunicarse es algo más que solo compartir información, sino que trata de entender las emociones y la interacción entre la información la cual ha sido elegida. Y a la par, significa tener la

capacidad de escuchar de una manera la cual comprendas la información en su totalidad. (ENTERDERNOS=SER ENTENDIDO). (Rodríguez, 2021, p. 3)

Ser efectivos en la comunicación involucra conocer cómo utilizar el lenguaje corporal para lograr que el mensaje sea comprendido, lo cual ayuda a la optimización de los procesos administrativos que requieren de una comunicación clara y firme.

Proceso administrativo

Los procesos administrativos tienen un papel esencial en las empresas. Es importante realizarlos con una buena organización para asegurar un desarrollo óptimo. Cruz et al. (2013), describen los procesos administrativos de la siguiente manera:

Son un conjunto de fases para solucionar un problema administrativo, en el que encontraremos problemas de organización, dirección y para solucionarlo debemos tener una buena planeación, un estudio previo y tener los objetivos claros para hacer del proceso lo menos trabado posible. (párr. 5)

Los procesos administrativos pueden entenderse como una serie de pautas diseñadas para garantizar una excelente resolución de inconvenientes que puedan surgir durante los procesos organizativos. Dichos procesos ayudan a que la organización mantenga una estructura sólida, optimizando el cumplimiento de sus objetivos de manera ordenada.

La correcta ejecución de los procesos administrativos garantiza un desarrollo exitoso de las actividades dentro de las organizaciones. Por ello, es crucial seguir sus fases, asegurando una excelente organización en cada etapa y tener éxito al intervenir en algún proceso que se quiera realizar o mejorar:

El proceso administrativo puede describirse como una secuencia que va desde una perspectiva teórica hasta una práctica, que parte de la planificación y culmina en el control. Además, del cumplimiento de los objetivos organizacionales que hace referencia a la implementación de procedimientos adecuados para asegurar que las metas se estén alcanzando con niveles apropiados de eficiencia y eficacia (Delgado, 2023, pp. 98-99)

Los procesos administrativos son necesarios en las organizaciones, dado que la comunicación y objetivos organizacionales se complementan con los procedimientos, ayudando a la optimización de los procesos administrativos que aseguran que las metas y objetivos se cumplan eficazmente.

Optimización de procesos administrativos

Los procesos ayudan a mejorar la eficiencia, la efectividad e incluso las actividades administrativas de la organización, donde la optimización busca que los costos se reduzcan, y minimizar errores para que la satisfacción de los usuarios aumente Valenzuela et al. (2024) mencionan lo siguiente acerca de las estrategias de optimización:

Las organizaciones están recurriendo cada vez más a estrategias de optimización de procesos administrativos. La optimización implica identificar, analizar y mejorar continuamente los procesos existentes para eliminar desperdicios, reducir costos, aumentar la productividad y mejorar la calidad del servicio. Al adoptar un enfoque sistemático y holístico hacia la optimización, las empresas pueden transformar sus operaciones administrativas en motores de eficiencia y excelencia operativa. (p. 120)

La optimización de procesos es clave dentro de las organizaciones, pues permite que se maximicen las gestiones dentro de la organización, en las cuales destacan la gestión de

tiempo, gestión administrativa, las cuales juntas son esenciales para la implementación de las labores administrativas.

Gestión del tiempo

Es el proceso de planificar, organizar y controlar cómo las horas de trabajo son utilizadas de manera eficiente y efectiva, en el cual destacan métodos que ayudan al control de objetivos en una manera eficiente y efectiva.

Sobre la gestión del tiempo, Ramos (2018) menciona que “la gestión del tiempo permite administrar la jornada laboral de manera que se obtenga la mayor productividad posible, priorizando las tareas de acuerdo a su importancia y a su impacto en el logro de los objetivos planteados” (p. 3). La mejora de la gestión del tiempo implica que los colaboradores utilicen técnicas y habilidades que les ayuden a la organización de responsabilidades, evitando así situaciones de estrés.

Por otro lado, se afirma que la gestión del tiempo es una herramienta “que permite manejar y disponer plenamente del tiempo de trabajo, evitando en lo posible toda interrupción que no aporte nada a los objetivos de la organización” (Mengual et al., 2018, p. 4). La priorización de tareas es parte de la gestión administrativa y permite a los colaboradores mejorar la productividad y evitar el estrés, contribuyendo al éxito de las metas y proyectos de la organización.

Gestión administrativa

La gestión administrativa hace referencia al conjunto de procesos y actividades que se realizan para la planificación, y organización y para controlar los recursos en las

organizaciones, los cuales son de carácter humano, financiero, y tecnológico, y son establecidos con el fin de alcanzar los objetivos de manera eficiente y eficaz. Soledispa Rodríguez et al. (2022) señalan que “la gestión administrativa es el conjunto de actividades coordinadas que tiene como objetivo utilizar de manera óptima y segura los recursos que la organización posee” (p. 281).

La programación de actividades coordinadas tiene el objetivo de que los procedimientos sigan un control que logre que los trabajos se realicen de la manera más eficaz posible:

Su importancia radica en la optimización de todos los procesos, lo que induce a lograr un trabajo eficaz. Detrás de éste se visibiliza procedimientos de seguimiento y control y posterior a ellos posibles resultados que facilitan la toma de decisiones en base al conocimiento adquirido en todo el proceso y por supuesto permite establecer estrategias basadas en experiencias reales en la búsqueda de soluciones también reales. (Orellana et al., 2019, p. 242)

La programación de actividades en los procesos administrativos es uno de los elementos más importante y clave para el éxito organizacional. Al tener establecido un plan bien estructurado se logra una mayor organización en las tareas y pendientes en curso, lo que facilita una correcta ejecución de los objetivos. Dicho enfoque permite el anticipo de posibles dificultades, asegurando que los procesos se realicen de manera fluida y eficiente.

La coordinación de tareas, recursos y esfuerzo es esencial, ya que su objetivo es organizar y guiar para prevenir problemas que se presentan con el fin de alcanzar las metas propuestas.

La gestión administrativa es el conjunto de actividades que se realiza para dirigir una organización, mediante la conducción de un conjunto de tareas, recursos y esfuerzos, su capacidad para coordinar y dirigir las acciones y las diferentes actividades que se

desarrollan dentro de la empresa, que permitan prevenir problemas y alcanzar los objetivos planteados. (González et al., 2020, p. 34)

Toda la gestión administrativa es dependiente de una coordinación eficiente de las tareas y recursos. Esto es imposible de realizar sin una comunicación interna efectiva, ya que esta asegura que los objetivos estén organizados de una manera que permita la prevención de errores.

Comunicación Interna

Es fundamental en una organización la comunicación interna, ya que fomenta relaciones entre trabajadores y contribuye al logro de los objetivos. Un manejo adecuado de estas relaciones genera un entorno positivo que beneficia a la empresa. Rivero (2017) la describe como “Aquella que se gestiona al interior de las organizaciones y tiene como público objetivo a todos los trabajadores que forman parte de ella, cualquiera que sea su cargo o posición” (p. 3). Entonces, esta se centra especialmente en los trabajadores de la organización, sin importar su jerarquía. Esto le da importancia en el manejo y buen funcionamiento de la empresa. Claro et al. (2022) menciona lo siguiente acerca de la comunicación interna:

La comunicación interna puede alentar la participación de los colaboradores en los procesos de decisión y promueve que ellos brinden retroalimentación, ya que los mantiene informados sobre las ideas de la organización, así como sobre su visión y los planes de esta. (p. 5)

La comunicación interna, en conjunto con las estrategias de comunicación, es de utilidad para las empresas, ya que genera un ambiente donde el trabajador tiene libertad de sentirse participe y mantener una buena relación con los demás empleados.

Estrategias de comunicación

Todos los planes son diseñados con el fin de transmitir mensajes de manera efectiva, a esto se le conoce como estrategias de comunicación, las cuales ayudan a lograr objetivos que se proponen dentro de la organización, por lo cual se menciona lo siguiente:

Según, Ríos et al. (2020) “Las estrategias de comunicación permiten el desarrollo no solo profesional, sino también el personal, promoviendo y fortaleciendo las acciones para alcanzar las metas establecidas previamente” (p. 9).

El alcanzar metas es esencial en todas las organizaciones; las estrategias de comunicación son herramientas que permiten que esto sea posible, ya que ayudan a organizar y desarrollar temas específicos, siendo de importancia comprender las estrategias con el fin de conocer cómo utilizar sus herramientas de una forma eficaz:

Las estrategias de comunicación son esenciales para distintas actividades dentro de las empresas, así como también en casos sociales y periodísticos, para una mejor organización y desarrollo del tema elegido, por lo cual es bueno recolectar información sobre ellas para saber cuáles son y de qué manera las podemos aplicar ya que son consideradas herramientas de mucha utilidad. (González et al., 2021, p. 76)

Las herramientas de comunicación son un instrumento que permiten la transmisión eficaz de información, ayudan a la coordinación y colaboración entre trabajadores, identifican problemas y oportunidades y establecen una cultura organizacional sólida del desarrollo eficaz de las organizaciones.

Ahora bien, en dirección con las estrategias de comunicación, se tiene la propuesta de generar un manual que vaya de la mano con las estrategias de comunicación, para ser brindado a la Casa de la Mujer, específicamente a sus colaboradores.

El manual propuesto tiene el fin de mejorar la transmisión de información, guiar correctamente en el uso de herramientas de comunicación, profundizar acerca de la importancia de la comunicación de una forma eficiente para la gestión administrativa logrando que este sea un factor generador de experiencia para los colaboradores.

Un Manual de Procedimientos genera ventajas a la institución o unidad administrativa para la que se diseña, y en especial para el empleado, ya que le permite cumplir en mejor tiempo con sus objetivos particulares, y utilizar los mejores medios, para así contribuir a los objetivos institucionales. (Vivanco, 2017, p. 250)

Por ende, un manual de procedimientos ofrece beneficios a las organizaciones, ya que ayuda a mantener un orden eficiente y coherente en las operaciones organizativas. Al establecer pasos claros y detallados, se facilita el uso de los mejores recursos, asegurando que todas las actividades se realicen de manera consciente y organizada.

Los manuales son esenciales a la hora de guiar a los trabajadores en cómo mejorar los procesos que están siguiendo, por lo cual se busca generar que los colaboradores puedan obtener información valiosa por medio de este, y que esta permita lograr un desarrollo profundo de las formas de comunicación, optimizando el orden de la organización; Además, permite la estandarización herramientas comunicativas, como el uso efectivo de plataformas virtuales y fomentar el trabajo colaborativo en línea.

Es una guía de trabajo para los funcionarios de cómo hacer las tareas y es muy valiosa para orientar al personal de nuevo ingreso. Sirve para aumentar la certeza de que el personal utiliza los sistemas y procedimientos administrativos establecidos para realizar su trabajo. (Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica, 2017, p. 3)

De ahí que, los manuales permiten una mejora de la transmisión de la información, con el fin de que esto detalle los canales de comunicación disponibles y cómo utilizarlos correctamente, así como la formalización de los procesos de comunicación que definen roles y responsabilidades de los colaboradores a la hora de comunicarse para gestionar las tareas administrativas.

Si bien los manuales son herramientas esenciales, todas las tareas, gestiones, reglamentos, entre otros deben de estar bien definidos. Por lo tanto, muchas organizaciones utilizan los Procedimientos Normalizados de Trabajo (PNT) los cuales funcionan como “guías” que permiten el seguimiento adecuado de tareas. La utilización de esta herramienta es especialmente destaca en el sector salud, ya que en este se deben de seguir procedimientos estrictos. Usualmente, en las oficinas, se les conoce coloquialmente con otros nombres como guías de procedimientos, matriz de procesos, etc. Sin embargo, el término más adecuado lo describen los siguientes autores:

El Procedimiento Normalizado de Trabajo es conocido por sus siglas en español como PNT y en inglés SOP (Standard Operating Procedures). Es un documento que establece las pautas a seguir para implantar las políticas de calidad de una institución o empresa. (Rosales, 2019, p. 16)

Por lo cual, esta herramienta es un registro que contiene los lineamientos estipulados por una organización con el fin de seguir pautas establecidas en los procesos que sean afines con su cultura y objetivos organizacionales.

Por consiguiente, se deduce que este documento debe poseer apartados que le permitan tener secciones en donde agregar información relevante como cargos, funciones específicas, tareas, la delegación de responsabilidades, entrega de informes, plazos de tiempo, y apartados necesarios según los procesos de la organización, con el fin de que los colaboradores comprendan su rol y el de los demás.

De este modo, Rosales (2019) menciona que “Los PNT ayudan a definir los distintos procesos, a enlazar unos con otros, a involucrar a todo el personal en la responsabilidad de la mejora continua y delimitar y protocolizar las tareas” (p. 16), por lo tanto, el manual servirá como una guía de referencia para todos los colaboradores, para consultar sus dudas e inquietudes, conocer sobre la estructura del trabajo y ubicar los responsables de las tareas asignadas.

Ahora bien, algunos de los procesos a seguir dentro de las organizaciones poseen normativas, oficios, actas de importancia, entre otros, donde el PNT se convierte en un aliado para cumplir con esos lineamientos y evitar su incumplimiento.

Los PNT aportan unas guías de actuación claras que proporcionan uniformidad a todos los procesos derivados de la actividad del Comité y, por otra parte, reducen las posibilidades de error, garantizando el cumplimiento de las principales normativas legales aplicables y el respeto a los códigos... Además, estas guías de actuación tienen como objetivo mejorar la organización y ejecución de las actividades. (CEIm Hospital Universitari de Bellvitge, 2022, p. 3)

Aportar guías de actuación claras permite que todos los procesos se realicen de manera ordenada, incluso que se agreguen las normativas para no omitir información relevante. De no ser así, podría generarse un sesgo en la información, y provocar que los procesos se vean afectados.

Por otro lado, en la Casa de la Mujer se realizan ciertos procesos, uno de ellos se enfoca en la elaboración de talleres que permiten la capacitación de muchas mujeres en el cantón de Pérez Zeledón. Por lo cual, seguir un documento establecido de PNT permite el cumplimiento de objetivos ya establecidos sin errores.

Los Procedimientos Normalizados de Trabajo (PNT) son documentos escritos que describen la secuencia específica de operaciones y métodos que deben aplicarse...Son los documentos complementarios al Manual de Calidad cuya finalidad fundamental es establecer cómo, quién, y cuándo debe realizarse una actividad allí prevista (Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo, 2018, p. 1).

En estas actividades es de vital importancia conocer quién es la persona encargada de tareas específicas además de cómo y cuándo esta debe de ser realizada, con el fin de que la actividad se desarrolle de la mejor manera y exista una comunicación clara a la hora de la organización de talleres.

Además, Guajardo (2025) menciona que el “Procedimiento Normalizado de Trabajo suele tener como objetivo conseguir la uniformidad en la ejecución de los procesos. El proceso no sólo ayuda a la organización a seguir las normas reglamentarias, sino que también disminuye la falta de comunicación” (párr. 2), por lo tanto, es un proceso necesario para la correcta comunicación y ejecución de tareas en la organización.

A continuación, se plantea un ejemplo de PNT de coordinación para la elaboración de talleres en la Casa de la Mujer:

Tabla 1

Ejemplo de plantilla de procedimiento normalizado de trabajo en la coordinación de talleres.

Casa de la Mujer Coordinación para la elaboración de talleres			
Página #1 de 1	Código: 001	Procedimientos para la elaboración de talleres.	Artículos o circulares (Que respalden)
PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	NORMATIVA
1	Junta Directiva	Definición de los objetivos de los talleres en la sala de reunión.	
2	Junta Directiva	Selección de los talleres que se impartirán, según un análisis de alcance.	
3	Instructor del taller	Define los recursos necesarios para impartir los talleres.	Circular-CDLM-05-2017 (Respaldo de donde se señala que los instructores deben definir los recursos necesarios)
4	Estudiantes practicantes	Organización de recursos en las aulas para impartir talleres.	
5			
6			

Capítulo III

Marco metodológico

Este hace referencia a la distribución conceptual del trabajo escrito, guiando el desarrollo de una investigación en el cual se incluyen todos los métodos de recolección, análisis e interpretación de datos:

El marco metodológico es el tercer capítulo de la tesis y es el resultado de la aplicación, sistemática y lógica, de los conceptos y fundamentos expuestos en el marco teórico. Es importante comprender que la metodología de la investigación es progresiva, por lo tanto, no es posible realizar el marco metodológico sin las fundamentaciones teóricas que van a justificar el estudio del tema elegido. (Azuelo, 2019, p. 113)

El marco metodológico se basa en los fundamentos teóricos presentados en el segundo capítulo, lo que permite definir y respaldar teóricamente el tipo de estudio, así como la población, la muestra y los participantes. Asimismo, se detallan, aquí las variables del estudio y el proceso de instrumentalización empleado para su medición.

Enfoque teórico de la Investigación

Esta investigación se hace bajo un enfoque cualitativo, permitiendo cumplir con los objetivos planteados mediante la participación y colaboración de personas que tienen relación con la asociación de la Casa de la Mujer.

El tipo de investigación cualitativa en este estudio fue esencial para comprender las dinámicas de comunicación, ya que permitió explorar a fondo cómo se desarrollan las interacciones y relaciones interpersonales dentro del contexto de la organización. De este modo, el estudio brindó un análisis de las interacciones en la gestión administrativa, siendo que este enfoque ayudó a capturar los matices de las intenciones y los procesos, los cuales no pueden ser fácilmente cuantificados.

Por ende, se accede a la exploración de percepciones y actitudes, ya que a través de entrevistas y observaciones participantes se obtiene una visión profunda de la comunicación interna que tienen las personas colaboradoras dentro de la organización en el que estos aspectos subjetivos son esenciales para comprender la realidad de la organización.

De este modo, el enfoque cualitativo identificó los factores que facilitan o dificultan la comunicación interpersonal dentro de la gestión administrativa, las cuales estas incluyen normas no explícitas o aspectos culturales que se expresan de una manera más clara en una experiencia directa con los participantes.

Tipo de estudio

El tipo de estudio empleado es el descriptivo, para un adecuado análisis de la información; Cauas (2015) comenta que:

Este tipo de estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. En un estudio descriptivo se seleccionan cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para describir lo investigado. (p. 6)

Este tipo de estudio es una herramienta muy útil, ya que produce un resultado basado en el análisis de las opiniones y puntos de vista de un grupo de personas. Esto permite obtener una visión amplia de lo investigado, para medir y analizar correctamente los asuntos seleccionados en el estudio. Guevara et al. (2020) mencionan lo siguiente:

De este modo también se menciona la siguiente acerca de la investigación descriptiva:

La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. La investigación explicativa es aquella que tiene

relación causal, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta precisar las causas del mismo. (p. 165)

El estudio descrito brinda la documentación de la realidad, detallando cómo ocurre la comunicación interpersonal dentro de Casa de la Mujer, siendo que el objetivo de esto es describir el panorama institucional de las interacciones de forma detallada, esto sin intervenir ni modificar las dinámicas, con el fin de comprender los procesos tal y como son en realidad.

Asimismo, el enfoque descriptivo define y categoriza en este caso elementos claves de la comunicación en la gestión administrativa, en los cuales se identifican los actores principales, cómo surge la comunicación, los canales utilizados y cómo esto afecta en la eficiencia y toma de decisiones dentro de la institución.

También, dicho tipo de estudio permitió realizar una descripción de los procesos de comunicación, los cuales proporcionan información valiosa que es utilizada por la administración con el fin de evaluar su efectividad, siendo esto de ayuda para brindar futuras recomendaciones o cambios en la gestión administrativa.

Finalmente, este tipo de estudio es esencial, a que permite abrir espacios para investigaciones más profundas, ya que se centra en buscar opiniones de grupos de personas y medir cada una de ellas. Además, fomenta la generación de nuevas preguntas y estudios explicativos o comparativos en el futuro, permitiendo que la Casa de la Mujer sea estudiada en estos ámbitos para su permanencia y crecimiento prospectivo.

Diseño muestral

Población de estudio

La población en una investigación es un aspecto crucial, ya que proporciona un acercamiento confiable para la obtención de información. Representa la fuente de la cual se recolectan los datos. Arias et al. (2016) describen la población de la siguiente manera:

La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados. Es necesario aclarar que cuando se habla de población de estudio, el término no se refiere exclusivamente a seres humanos, sino que también puede corresponder a animales, muestras biológicas, expedientes, hospitales, objetos, familias, organizaciones, etc.; para estos últimos, podría ser más adecuado utilizar un término análogo, como universo de estudio. (p. 202)

Por tanto, dicha población se refiere al conjunto de casos que servirán como base para seleccionar la muestra. Por lo tanto, es de real importancia, ya que de ella los investigadores pueden partir para dividirla en muestras específicas. Además, es importante considerar que una población no se limita únicamente a personas, sino que también puede incluir cualquier objeto de estudio relevante.

Es importante tener en cuenta que la población puede variar en diferentes contextos, lo que genera una visión más amplia y detallada del estudio. La población es un medio esencial, ya que permite identificar la muestra del estudio, lo cual es crucial para obtener resultados precisos.

Por otro lado, la población abordada en este estudio incluye a las personas que trabajan de forma permanente en la asociación, que son dos: una en el área de administración y otra del servicio de limpieza. Además, se cuenta con treinta profesionales de distintas áreas que

colaboran de manera voluntaria o ad honorem. Asimismo, la población incluye a cuatro estudiantes de la carrera de psicología, quienes realizan su práctica profesional supervisada en la Casa de la Mujer.

Adicionalmente, se consideran quince personas por grupo en los talleres de psicología grupal "Reconstruyendo mi vida" y "Sanando sin secretos". En talleres como "Fortalecimiento personal y autoestima", "Manejo de la ansiedad y el estrés", "Superando el duelo" y "Educa con cariño" participan entre veinticinco y treinta personas, siendo el promedio de asistencia de veintiocho personas por taller. Por tanto, todas las personas que formaron parte de la población fueron un total de 178.

Muestra

La muestra se compone de subconjuntos de individuos de la población, base por lo que esta ayuda a comprender cuánto porcentaje de la población está siendo considerada para el estudio. Ventura (2017) menciona lo siguiente "Una muestra es entendida como un subconjunto de la población conformado por unidades de análisis" (p. 648). Entonces, la muestra es crucial en la investigación, ya que representa un conjunto de segmentos en los que se divide la población para obtener una visión más amplia de las unidades a considerar.

Por otro lado, la selección de la muestra es realizada bajo la técnica de muestreo no probabilístico, específicamente el muestreo por conveniencia, ya que en el caso de las personas que son participantes de los talleres y psicoterapia grupal de la Asociación, solo se tomó una cantidad de 50 personas. Además, según Otzen y Manterola (2017) "permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador" (p. 230).

Distribución de la muestra

Tabla 2

Muestra de participantes del estudio.

Tipo de muestra	Cantidad de participantes
Personas con goce salarial	2
Voluntarios	6
Estudiantes practicantes de psicología	3
Taller Reconstruyendo mi vida	14
Taller Fortalecimiento personal y autoestima	14
Taller Control de emociones y manejo de la ansiedad y el estrés	22
Total	61

Participantes del estudio

Los participantes del estudio cumplen un papel esencial, ya que brindan los datos requeridos, que dieron de una manera verídica y con las estadísticas bien definidas. En esta investigación se utilizaron varios participantes, entre ellos dos personas que trabajan permanentemente en la asociación: una en el área de administración, encargada de llevar todos los procesos administrativos, y la otra persona se desempeña en el área de limpieza, siendo la persona encargada del mantenimiento a las instalaciones.

También participaron 6 profesionales en distintas áreas que trabajan de manera voluntaria y sin remuneración. Las personas que laboran voluntariamente no reciben un pago o

algún beneficio de la asociación, solamente brindan un aporte a la institución. La Universidad de Costa Rica menciona lo siguiente acerca del voluntariado:

El voluntariado es una de las acciones más solidarias que pueden existir en tanto se hace entrega de los recursos propios, especialmente en tiempo y talento humano para lograr una conexión con aquellas personas y sectores que más necesitan de una mano amiga. Ser persona voluntaria es fuente de mucha satisfacción cuando se sabe que se puede ser agente de cambio y aportar acciones significativas que impacten en la propia historia y en la de las personas, comunidades y entornos que se ven beneficiadas por la acción voluntaria. (Universidad de Costa Rica, 2021, párr. 7)

Por ende, el voluntariado se basa en ser una persona con la intención genuina de ayudar a los demás, y en realidad hacerlo, ofreciendo ayuda desinteresada, dejando una buena impresión y colaborando por el bienestar común.

Conjuntamente tres estudiantes que desarrollan su práctica profesional supervisada en la carrera de Psicología colaboran con la organización. Además, participan 14 personas por cada taller como: “Taller reconstruyendo mi vida”, “Taller fortalecimiento personal y autoestima” y 22 personas en “Taller Control de emociones y manejo de la ansiedad y estrés”.

Variables de la investigación

Las variables de una investigación son los componentes fundamentales de las investigaciones que permiten medir y analizar los datos, y estas son esenciales para desarrollar hipótesis e interpretar datos.

Villasís-Keever et al. (2016) mencionan lo siguiente acerca de las variables:

Las variables en un estudio de investigación son todo aquello que medimos, la información que colectamos, o bien, los datos que se recaban con la finalidad de responder las preguntas de investigación, las cuales habitualmente están especificadas en los objetivos. Al estar escribiendo el protocolo, en particular cuando se plantean los objetivos del estudio, se deben elegir las variables que se van a medir. (párr. 1)

Por tanto, se destaca la importancia de las variables, ya que, como se mencionó anteriormente, representan todo aquello que puede medirse y, por ende, son esenciales en cualquier investigación. En resumen, las variables son elementos medibles que se pueden recolectar y analizar, y deben considerarse a la hora de definir los objetivos de un estudio.

Definición operacional de las variables

La definición operacional de las variables brinda una descripción de cómo estas se analizaron, permitiendo profundizar acerca de sus significados y cómo estos pueden ser aplicados en la investigación:

Las variables son entidades abstractas que toman diversos valores o modalidades. Son atributos de los objetos de estudio abstractos o concretos. Su naturaleza variante se determina por las condiciones de contorno espaciotemporales que caracterizan a las unidades de análisis. (Rodríguez et al., 2021, p. 33)

Por ende, la importancia de la definición operacional de las variables radica en clarificar la forma en la que éstas serán analizadas y medidas en el contexto de la investigación. Al definir las variables, no solo se describe el procedimiento para evaluarlas, sino que se define el marco teórico en el que se fundamentan. Por otro lado, la definición operacional proporciona una estructura que permite interpretar el significado de las variables en relación con los objetivos y el alcance del estudio.

Tabla 3

Cuadro de variables del objetivo 1

Objetivo 1. Identificar las técnicas y los procesos de comunicación interpersonal para la evaluación de su efectividad según la cultura organizacional en la Casa de la Mujer			
Variables		Definición conceptual	Definición instrumental
Comunicación	Subvariables: Técnicas de comunicación (Comunicación interpersonal, verbal, no verbal) Procesos de comunicación	La comunicación se identifica como una variable organizativa, la argamasa que transforma una empresa en un sistema integrado. (Ronceros, 2022, p. 2)	Instrumento 3 lista de cotejo: Observación directa a los instructores de la Casa de la Mujer Ítems: 1 a 12 Instrumento 4 lista de cotejo: Observación directa a los colaboradores de la Casa de la Mujer Ítems: 1 a 14.
Cultura organizacional		La cultura organizacional se puede entender como un proceso que implica una combinación de factores como las costumbres, los hábitos, las normas, las reglas, la comunicación formal e informal y todos aquellos que diferencian y hacen única a cada organización. (Marulanda et al., 2018, p. 246)	Instrumento 1 encuesta: Cuestionario dirigido a colaboradores de la Casa de la Mujer Ítems: 6 a 8 Instrumento 2 encuesta: Cuestionario dirigido a usuarios de los talleres y beneficios que brinda la Casa de la Mujer Ítems: 1,4,5

Variable 1. Comunicación

Definición operacional. Se utilizó una lista de cotejo con el fin de evaluar la calidad de la comunicación interpersonal de los instructores de la Casa de la Mujer. Si al menos la mitad de los criterios de calificación son mayores al 80% en cada indicador “Siempre”, se considera que los instructores cumplen con las competencias necesarias para facilitar la comunicación y la interacción en los talleres. Si el porcentaje es menor al 80%, se interpreta que hay áreas de mejora en las competencias evaluadas.

Definición operacional. Se utilizó una lista de cotejo con el fin de evaluar la calidad de la comunicación interpersonal de los colaboradores de la Casa de la Mujer. Si al menos la mitad de los criterios de calificación son mayores al 80% en cada indicador “Siempre”, se considera que los colaboradores cumplen con las competencias necesarias para facilitar la comunicación y la interacción en el servicio al cliente. Si el porcentaje es menor al 80%, se interpreta que hay áreas de mejora en las competencias evaluadas.

Variable 2. Cultura organizacional

Definición operacional. Se usa una encuesta para recoger información sobre la cultura organizacional en la Casa de la Mujer. Si el 80% de los colaboradores encuestados seleccionan “Sí”, se considera que los valores distinguen o le dan alguna identidad a la Casa de la Mujer que refuerza la cultura organizacional de la organización. Si el porcentaje es menor al 80%, se interpreta que hay áreas de mejora en la cultura.

Tabla 4

Cuadro de variables del objetivo 2.

2. Determinar la percepción de usuarios y personal sobre la comunicación para el fortalecimiento en la toma de decisiones de los procesos administrativos			
Variables		Definición conceptual	Definición instrumental
Comunicación organizacional	Subvariables		
	Comunicación estratégica. Comunicación efectiva. Proceso administrativo.	Es una herramienta para potenciar las fortalezas, la identidad y los valores de la organización y lograr posicionamiento de esta, así como desarrollar la imagen institucional y favorecer la relación con el ambiente externo. (Segredo et al., 2017, p. 35)	Instrumento 1 encuesta: Cuestionario dirigido a colaboradores de la Casa de la Mujer Ítems: 1 a 5, 17 y 18 Instrumento 2 encuesta: Cuestionario dirigido a usuarios de los talleres y beneficios que brinda la Casa de la Mujer Ítems: 2,3, 6 a 9

Variable 3. Comunicación organizacional.

Definición operacional. Se usa una encuesta con el fin de recolectar información sobre la variable de la comunicación organizacional. Si el 75% de los colaboradores encuestados seleccionan “Sí”, se considera necesario mejorar la transmisión de información como una estrategia clave para el fortalecimiento de la comunicación. Se considera que la comunicación organizacional puede mejorar si “Sí” es menor al 75%.

Tabla 5

Tabla de variables del objetivo 3.

3. Proponer estrategias de comunicación para el fortalecimiento de la gestión administrativa en la Casa de la Mujer			
Variables		Definición conceptual	Definición instrumental
Gestión administrativa	Subvariable Comunicación interna. Estrategias de comunicación. Gestión del tiempo.	La gestión administrativa está a cargo de los ejecutivos, que supervisan las operaciones de la organización, aseguran que los recursos sean utilizados de manera correcta, y que el flujo de información sea efectivo. (González et al., 2020, p. 33)	Instrumento 1. Encuesta dirigida a colaboradores de la Casa de la Mujer Ítems: 9 a 16, 19 a 20.

Variable 4. Gestión administrativa.

Definición operacional. Se usa una encuesta para recolectar información sobre la gestión administrativa en la Casa de la Mujer, la cual permite analizar si el 80 % de los colaboradores seleccionan “Sí” se considera que existe una estructura solida organizativa de tareas en CDLM. Si el porcentaje es menor al 80%, se interpreta que hay áreas de mejora en la estructura organizativa de tareas dentro de la gestión administrativa de la Casa de la Mujer.

Técnicas e instrumentos de Investigación

Técnicas

En la investigación se utilizaron dos técnicas para obtener la información necesaria: la observación y la encuesta. Son dos técnicas con las que se obtienen datos, pero de manera distinta en el caso de la observación, pues esta consiste en el hecho de examinar y registrar hechos observables que ocurren ya sea en un entorno natural o controlado, por lo cual Medina et al. (2023) mencionan:

La técnica de observación es un método de investigación en el que se registra y analiza el comportamiento y las acciones de individuos, grupos o fenómenos en su entorno natural. La observación se puede realizar de forma sistemática y controlada, o de manera más informal y descriptiva. (p. 20)

Este método proporcionó una visión integral de las personas en estudio, pero lo hace desde el punto de vista del investigador, tomando en cuenta sus propias observaciones de las diferentes actitudes y comportamientos que pueda percibir.

De este modo, también existe amplia variedad de tipos de observación. La que más encaja en el perfil de la investigación es la observación no participante, en la cual los investigadores no interactúan con los objetos observados, manteniendo una postura más neutral y objetiva de lo que se observa. Medina et al. (2023) mencionan que hay dos tipos principales de observación:

La observación participante y la observación no participante. La observación participante implica que el investigador participa activamente en la actividad o evento que se está observando. Por otro lado, la observación no participante implica que el investigador se mantiene al margen y observa desde una perspectiva neutral. (p. 20)

Por tanto, ambas investigaciones son esenciales, ya que permiten obtener datos precisos y fundamentales para el estudio. Una de ellas se caracteriza por la integración del investigador con el fenómeno observado, mientras que la otra adopta un enfoque completamente diferente, manteniéndose al margen y sin interactuar directamente.

La observación fue relevante dentro de la investigación, ya que permitió la captura de comportamientos espontáneos, con el fin de conocer cómo las personas se comunican en su entorno natural sin la intervención de los investigadores, lo que dio a conocer cómo los procesos de comunicación se desarrollan en tiempo real y en contextos específicos para conocer más a fondo la comunicación interpersonal.

Otro de los puntos esenciales fue observar los comportamientos no verbales. La captación de los gestos, posturas, tonos de voz son de importancia para la detección de patrones y barreras que puedan estar afectando la gestión administrativa.

Por otro lado, la encuesta es una técnica de recolección de datos, en la cual se presentan preguntas escritas para la obtención de información. De este modo, López et al. (2011) mencionan que la encuesta es:

...una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una determinada población o universo que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. En este entendido, la herramienta principal para lograr el objetivo es el Cuestionario, que es un medio para recoger información en forma escrita y que debe resolverse sin la intervención del investigador. (p. 485)

La encuesta revela las percepciones, puntos de vista y vivencias de los individuos en los procesos de comunicación y administración, lo que permite entender las percepciones y

emociones de los participantes respecto a la calidad de la comunicación y el efecto que esta produce en ellos.

De este modo, también la encuesta permitió la recolección de datos a gran escala, logrando que se pueda llegar a la persona en corto tiempo, obteniendo datos con las experiencias de comunicación de los colaboradores y usuarios.

El uso de estas dos técnicas permitió adquirir información que se complementan una con la otra, donde la observación permite la recolección de datos objetivos de información, y la encuesta recolecta información subjetiva de cómo perciben los participantes y colaboradores estos procesos de comunicación.

Instrumentos

La instrumentalización se refiere a un proceso que requiere diseñar, aplicar y utilizar instrumentos que sean claves para el proceso de investigación, por lo cual se menciona lo siguiente acerca de la instrumentalización:

La instrumentalización una parte significativa de los trabajos de investigación, permiten conocer y recolectar datos importantes que pueden afirmar o desestimar una hipótesis por lo cual se menciona lo siguiente "Los medios e instrumentos que se utilizan deben funcionar como una herramienta que ayudará al proceso de recolección de datos y como un mecanismo para los cambios y acercamiento entre los objetivos y la realidad". (Alegre Brítez, 2022, p. 95)

Por ende, estos instrumentos ayudan a recopilar todos los datos necesarios para realizar un correcto análisis y manejo de la información.

Guía de observación

Este instrumento es utilizado para recopilar información por medio de la observación, y este debe de incluir una lista de aspectos previamente definidos que se deben de observar para la recolección de datos deseada.

Campos et al. (2012) mencionan que la guía de observación es el instrumento que permite al observador situarse de manera sistemática en aquello que realmente es objeto de estudio para la investigación; también es el medio que conduce la recolección y obtención de datos e información de un hecho o fenómeno. (p. 56)

Es un instrumento que permitió visualizar de manera oportuna todos los objetos de investigación, brindando una perspectiva amplia de estudio para los investigadores. La guía de observación se diseñó según los objetivos de la investigación, en general respondiendo al objetivo 1: "Identificar las técnicas y procesos de comunicación interpersonal para la evaluación de su efectividad según la cultura organizacional de la Casa de la Mujer", en donde las guías de observación utilizaron la variable de comunicación y las subvariables de técnicas de comunicación y procesos de comunicación. Estas fueron aplicadas específicamente a los instructores de los talleres y a los colaboradores encargados de la atención al público.

Este instrumento permitió la recopilación directa y sin filtros, ya que la guía de observación permite capturar la comunicación tal y como sucede sin depender de la interpretación de las personas usuarias, como ocurre en las entrevistas y encuestas, esto con el fin de minimizar el sesgo por medio de sus interacciones u omitiendo detalles de importancia para la investigación.

La observación de comportamientos no verbales es una parte esencial de la comunicación interpersonal, ya que los gestos, posturas y lenguaje corporal son esenciales para comprender la dinámica administrativa a fondo. También es fundamental comprender los

procesos de comunicación. Mediante la observación sistémica se pueden identificar los patrones repetitivos o comunes para conocer cómo es la comunicación de los colaboradores en la organización.

Cuestionarios

Los cuestionarios son herramientas que presentan un conjunto de preguntas diseñadas con el propósito de la recolección de información relevante del tema a investigar.

Es relevante destacar que los cuestionarios hacen uso de escalas de medición que son importantes con el fin de medir las opiniones de las personas encuestadas y medir actitudes, opiniones y comportamientos en términos de números que pueden ser utilizados para análisis estadístico.

Así mismo, se utilizaron preguntas cerradas, con el objetivo de recopilar información completa por parte de las personas encuestados. También, se tomaron en cuenta las escalas de medición (Likert) para medir actitudes y comportamientos de forma cuantitativa.

Por otro lado, para la recolección de información mediante los cuestionarios, se realizaron visitas a la Casa de la Mujer y se participó en diversos talleres.

Fuentes de información

Fuentes primarias

Las fuentes primarias de información son todos aquellos materiales, datos o información que son recolectados de primera mano, directamente con el contexto del estudio. Lo que caracteriza a esta información es que no ha sido manipulada por terceras personas, lo que la hace verdaderamente auténtica. Suárez (2024) menciona:

Las fuentes primarias son aquellas que proporcionan datos e información original y directa sobre un tema específico. Estas fuentes son producidas por los actores directamente involucrados en los hechos, por ejemplo: documentos oficiales, diarios, cartas, grabaciones de audio, entrevistas, encuestas, entre otros.

Un ejemplo de fuente primaria es un diario escrito por un soldado que participó en una batalla, una fotografía que ilustre un hecho, un vídeo de un discurso concreto, una encuesta oficial, grabaciones de declaraciones, etc. (párr. 7)

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias de información son aquellas que se interpretan y se analizan a partir de la información obtenida de las fuentes primarias. Las fuentes secundarias están creadas a partir de información primaria a las cuales les agregan una interpretación o un análisis adicional, por lo cual estas no presentan información nueva o de primera mano, sino que contextualizan la información. “Son la información escrita recopilada y transcrita por personas que han recibido dicha información de otras fuentes o a partir de un suceso o acontecimiento” (Chaves, 2017, p. 67).

En resumen, se entiende que las fuentes secundarias son información escrita por personas que toman datos de una fuente primaria. En otras palabras, se trata de información reinterpretada o reescrita a partir de hechos que ya ocurrieron.

Fuentes terciarias

Estas fuentes son las que se recopilan y organizan provenientes de las fuentes secundarias, ya que facilitan el acceso a conjuntos amplios de información de manera rápida y ordenada. Chaves (2017) menciona lo siguiente de las fuentes terciarias: “Se encuentran los datos obtenidos mediante las publicaciones periódicas, boletines circulares, catálogos de biblioteca, directorios, listas de lecturas, entre otros” (p. 67).

Capítulo IV

Análisis e Interpretación de la Información

En esta sección se examina la información obtenida a través de diferentes herramientas, tales como tablas de cotejo y cuestionarios, distribuidas a colaboradores de la Casa de la Mujer y usuarios de esta institución. La meta es obtener la información requerida para cumplir con los propósitos de la investigación, por lo cual las siguientes tablas y gráfico fueron creados utilizando como punto de referencia las variables establecidas, con el objetivo de conseguir la información prevista.

Para la variable, que está planteada en el objetivo 1, se analizan las técnicas y los procesos de comunicación interpersonal para la evaluación de su efectividad según la cultura organizacional en la Casa de la Mujer, se analizan en las siguientes tablas:

Tabla 6

Comunicación de los instructores en los talleres impartidos en La Casa de la Mujer

Criterios de Calificación	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Nunca
1. Escucha atentamente cuando los participantes desean dar sus puntos de vista.	60%	40%	0%	0%
2. Mantiene contacto visual y demuestra interés por las opiniones de los demás.	80%	20%	0%	0%
3. Utiliza lenguaje corporal, expresiones faciales y tono de voz para complementar o enfatizar lo que dice.	100%	0%	0%	0%
4. Logra compartir sentimientos en el aprendizaje que ofrece a los participantes del taller.	40%	60%	0%	0%
5. La persona instructora es agradable.	100%	0%	0%	0%
6. Se destaca el interés mutuo.	40%	60%	0%	0%
7. Responde asertivamente a las preguntas que le plantean.	80%	20%	0%	0%
8. Abre espacios de discusión durante el taller.	20%	40%	40%	0%
9. Es comprensible la información que transmite el instructor.	60%	40%	0%	0%
10. Usa un nivel adecuado del lenguaje según el público.	60%	40%	0%	0%
11. El tono de voz es adecuado para mantener el interés y comprensión de los participantes.	40%	20%	40%	0%
12. El instructor mantiene una postura abierta y accesible que fomente la interacción.	60%	40%	0%	0%

En la tabla anterior se analiza la selección de Siempre, en la cual Utiliza lenguaje corporal, expresiones faciales y tono de voz para complementar o enfatizar lo que dice y La

persona instructora es agradable presentan un 100% de selección para esta opción. Así mismo, la opción menos seleccionada es Abre espacios de discusión durante el taller, con un 20% de la selección en la variable de Siempre.

Por ende, se concluye que los instructores presentan una buena conexión con los usuarios. Sin embargo, existe 8 áreas de mejora esenciales para el fortalecimiento de la comunicación con los usuarios a la hora de impartir talleres. Es importante su mejora, ya que no cumplen con el porcentaje clave de competencias necesarias para facilitar la comunicación y la interacción en los talleres.

Tabla 7

Comunicación de los colaboradores en la atención al cliente en La Casa de la Mujer.

Criterios de calificación	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
1. Saluda de manera amable a los usuarios a iniciar la interacción.	83%	17%	0%	0%
2. Escucha atentamente cuando los usuarios se acercan para ser atendidos.	67%	33%	0%	0%
3. Muestra interés genuino en las necesidades del cliente.	83%	17%	0%	0%
4. Mantiene contacto visual y demuestran interés por las opiniones de los usuarios.	67%	17%	17%	0%
5. Utiliza un lenguaje apropiado y comprensible para el cliente.	83%	17%	0%	0%
6. Hace uso de la cortesía verbal usando palabras como "por favor", "gracias", "disculpe", etc.	83%	17%	0%	0%
7. Responde asertivamente las preguntas que le plantean.	100%	0%	0%	0%
8. La información que trasmite es clara para los usuarios.	33%	33%	33%	0%
9. El tono de voz es adecuado para atender a los usuarios.	83%	17%	0%	0%
10. Utiliza lenguaje corporal, expresiones faciales para complementar o enfatizar lo que dice.	67%	33%	0%	0%
11. Mantiene el contacto visual adecuado con los usuarios.	50%	33%	17%	0%
12. Utiliza la escucha activa, asintiendo y parafraseando lo dice el cliente.	100%		0%	0%
13. Emplea el lenguaje corporal de manera positiva (sonrisa, postura abierta).	83%	17%	0%	0%
14. Utiliza movimientos o gestos que refuerzan la comunicación con los usuarios (movimiento de las manos).	83%	17%	0%	0%

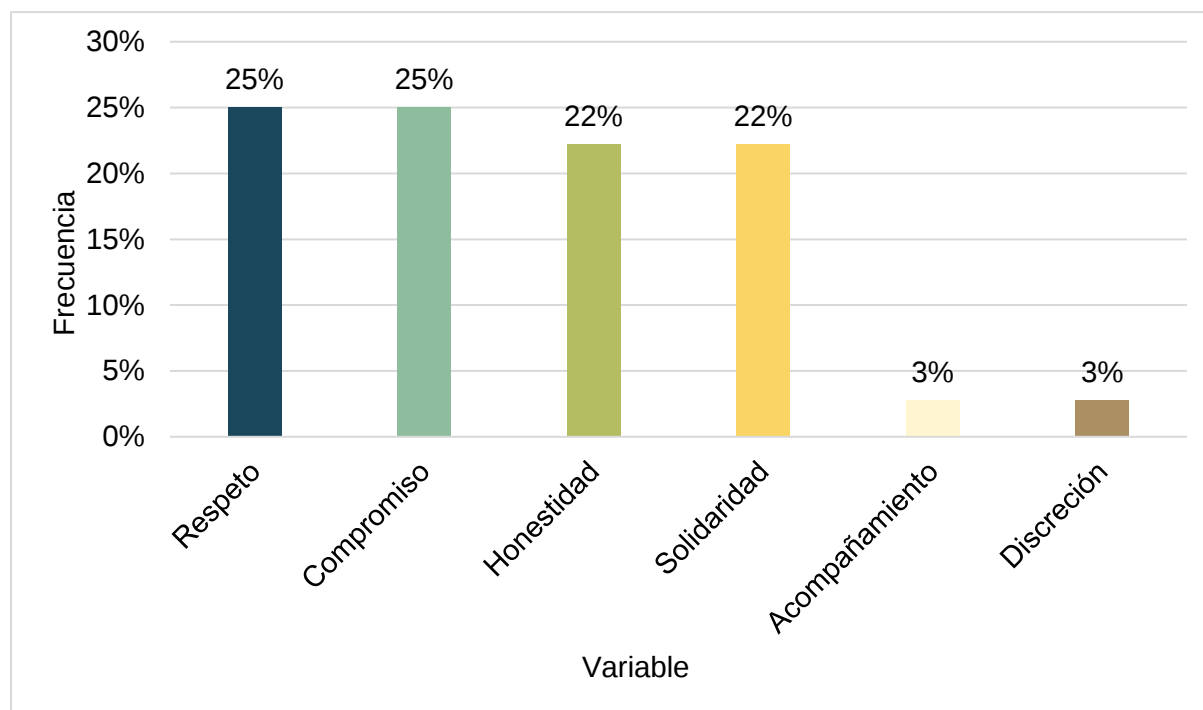
En la tabla anterior se observan los criterios más destacables de la opción Siempre: Responde asertivamente las preguntas que le plantean y utiliza la escucha activa, asintiendo y parafraseando lo que dice el cliente, con un 100% de selección para esta opción. Así mismo las opciones menos seleccionadas son: Mantiene contacto visual y demuestran interés por las opiniones de los usuarios y Mantiene el contacto visual adecuado con los usuarios, con un 17 % de la selección de la opción de Algunas veces.

De este modo, se considera que 8 de los criterios de calificación cumplen con la definición operacional para considerar que los colaboradores cumplen con las competencias necesarias para facilitar la comunicación e interacción en el servicio al cliente, lo que demuestra dominio de los procesos de comunicación y técnicas de comunicación primordiales para una excelente atención; sin embargo, es esencial poner en práctica los criterios de calificación con menor porcentaje con el fin de aumentar la satisfacción del usuario.

Para la variable 2, que corresponde al objetivo 1, se analiza las técnicas y los procesos de comunicación interpersonal para la evaluación de su efectividad según la cultura organizacional en la Casa de la Mujer, donde se describe y analiza en los siguientes gráficos y tablas:

Figura 1

Valores que destacan para los colaboradores de la casa de la mujer

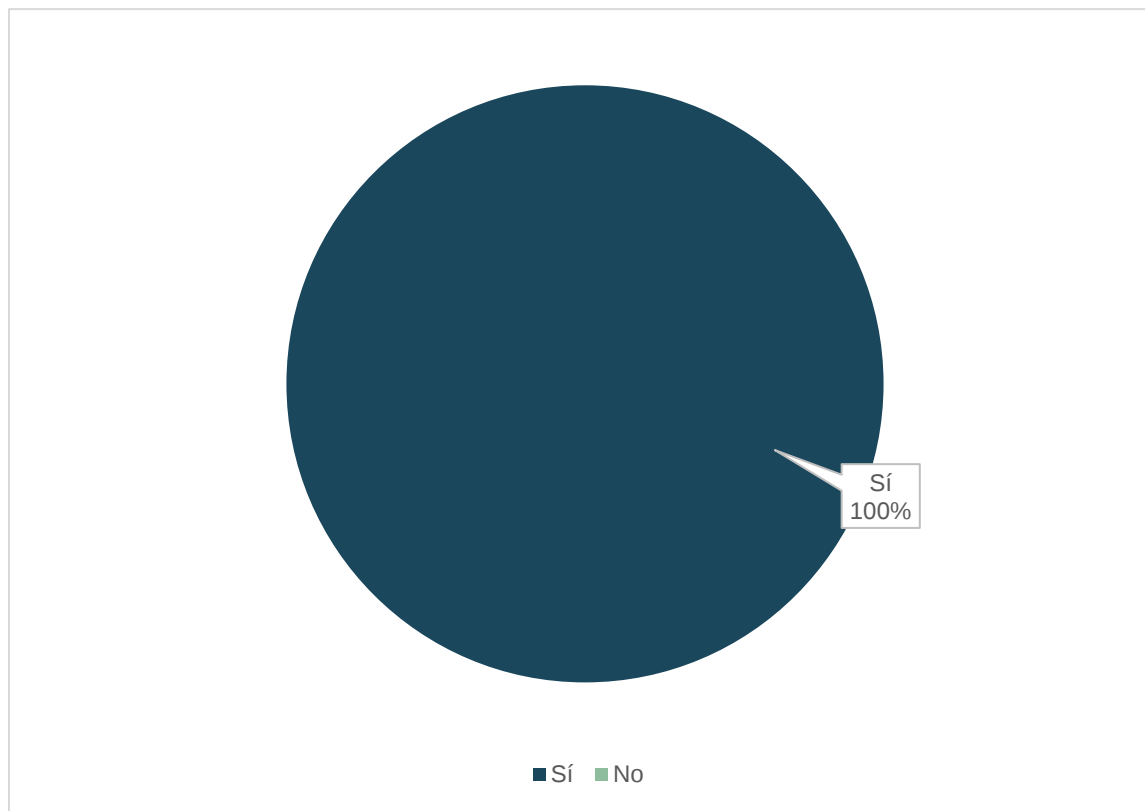


En la Casa de la Mujer, los colaboradores destacan una serie de valores importantes. Entre ellos, el respeto y el compromiso son los más valorados, con un total de 25% de selección cada uno. Les siguen de cerca la honestidad y solidaridad, con un 22% de selección, lo que refleja una percepción sólida y un alto grado de confianza en la organización. Por otra parte, la discreción fue un valor adicional agregado por solo una persona, así como el acompañamiento.

Por tanto, los colaboradores solo seleccionaron uno o dos de los valores, dando como resultado que la gran mayoría desconocen de los valores establecidos por La Casa de la Mujer, incluso existe cierto porcentaje que proponen valores diferentes a los ya establecidos, lo cual destaca un bajo grado de cultura organizacional o bien los colaboradores no perciben los valores enlistados por la CDLM.

Figura 2

Percepción de los colaboradores sobre el impacto de los valores en la identidad de la Casa de la Mujer



Todos los participantes de la encuesta respondieron de manera positiva respecto a si los valores de la Casa de la Mujer contribuyen a su identidad. Esto sugiere que los valores de la institución son considerados muy importantes, ya que proporcionan una dirección clara y generan un alto nivel de confianza.

Si bien, la figura destaca que los colaboradores consideran los valores de la CDLM importantes, es necesario el refuerzo de la cultura organizacional, ya que la figura 1 demuestra desconocimiento de algunos de los valores que se rigen en la institución.

Tabla 8

Principios reflejados por los colaboradores de la Casa de la Mujer

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Compañerismo y trato igualitario	3	27.3%	27.3%
Comunicación efectiva y asertiva	3	27.3%	27.3%
Ambiente de respeto y apoyo	2	18.2%	18.2%
Compromiso y solidaridad con las usuarias	2	18.2%	18.2%
Transmisión de conocimiento	1	9.1%	9.1%
Total	11	100%	100%

La tabla 8 muestra algunos de los principios que ponen en práctica los colaboradores de la Casa de la Mujer. En esta, Compañerismo y trato igualitario y Comunicación efectiva y asertiva presentan un 27.3%. Seguidamente, se encuentran Ambiente de respeto y apoyo y Compromiso y solidaridad con las usuarias, con un 18,2% de las selecciones que pueden verse como principios bien marcados. Por último, la Transmisión de conocimiento obtuvo el 9.1% de las selecciones, lo que da como resultado que la práctica del conocimiento no es una actividad que sea muy practicada, según los colaboradores en la Casa de la Mujer.

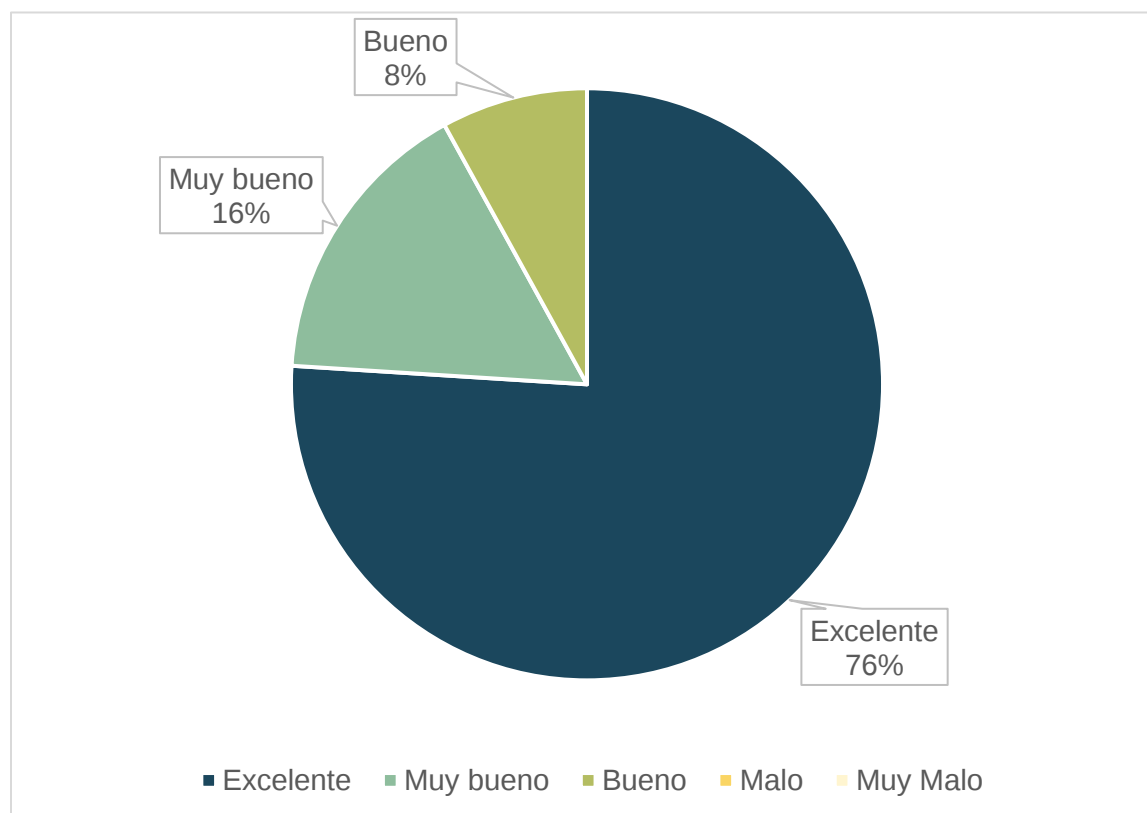
Se puede determinar con los resultados de la tabla anterior que la comunicación efectiva y asertiva es uno de los principios más practicados, y esto es esencial para mantener una cultura organizacional y comunicación interna adecuadas en el entorno de trabajo. Esto demuestra que los valores impuestos por la Casa de la Mujer van alineados con los principios que los colaboradores más practican dentro de la organización. Aunque en las figuras anteriores los colaboradores demuestran desconocimiento de los valores, se puede notar que

estos sí son practicados. Sin embargo, se podría deducir que lo que existe es una falta de conocimiento teórico de la cultura de la empresa.

Para la variable 3, que está planteada en el objetivo 2, se analiza la percepción de usuarios y personal sobre la comunicación para el fortalecimiento en la toma de decisiones de los procesos administrativos, se analiza y describe en las siguientes tablas y gráficos:

Figura 3

Percepción de usuarios del servicio recibido por la Casa de la Mujer



La percepción de los usuarios acerca del servicio es predominantemente positiva, ya que el 76% de los encuestados lo considera Excelente, lo que refleja satisfacción con la atención brindada por los colaboradores. Un 16% de los encuestados calificó el servicio como

Muy bueno, lo que también indica una opinión favorable, aunque ligeramente debajo de Excelente. Solo el 8% de los encuestados valoró los servicios brindados como Bueno, siendo esta la categoría con menor cantidad de votos, pero aun así positiva.

Todos los resultados de la figura 3 permiten deducir que los colaboradores poseen una comunicación efectiva en los procesos administrativos, lo que conlleva una buena percepción las necesidades de los usuarios.

Tabla 9

Percepción de usuarios sobre valores de Honestidad y Respeto en la Casa de la Mujer

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Trato Respetuoso y Amabilidad	22	44.0 %	44.0 %
Profesionalismo y Honestidad	12	24.0 %	24.0 %
Sentimiento de Inclusión y Confianza	8	16.0 %	16.0 %
Oportunidad para Expresarse y Opiniones Respetadas	5	10.0 %	10.0 %
Sin información relevante (N/A)	3	6.0 %	6.0 %
Total	50	100.0 %	100.0 %

La percepción de los valores de la honestidad y el respeto es registrada por los usuarios por medio de la categoría de Trato respetuoso y amabilidad. Esta es la respuesta recurrente brindada por los usuarios, con un 44%, lo cual indica que la Casa de la Mujer es percibida principalmente como un espacio que ofrece respeto y cordialidad. Seguidamente, la categoría de Profesionalismo y Honestidad obtuvo un 24%, lo que significa que los usuarios valoran que reciben un trato profesional y honesto. Los porcentajes inferiores, como el 6%, que no da datos

significativos, señala una carencia de percepción de valores para ciertos usuarios o áreas que requieran mejora en la transmisión de estos valores.

Lo que se percibe con la información recolectada en el gráfico anterior destaca que los usuarios logran percibir la honestidad y el respeto en la Casa de la Mujer, lo que demuestra que los colaboradores sí practican los valores seleccionados por la organización.

Tabla 10

Percepción de usuarios sobre valores de Compromiso y Solidaridad en la Casa de la Mujer

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Compromiso en el apoyo y servicio	20	40.0 %	40.0 %
Solidaridad y Empatía hacia las Participantes	12	24.0 %	24.0 %
Dedicación y Esfuerzo del Personal	8	16.0 %	16.0 %
Reconocimiento a los Valores de la Institución	8	16.0 %	16.0 %
Sin información relevante (N/A)	2	4.0 %	4.0 %
Total	50	100.0 %	100.0 %

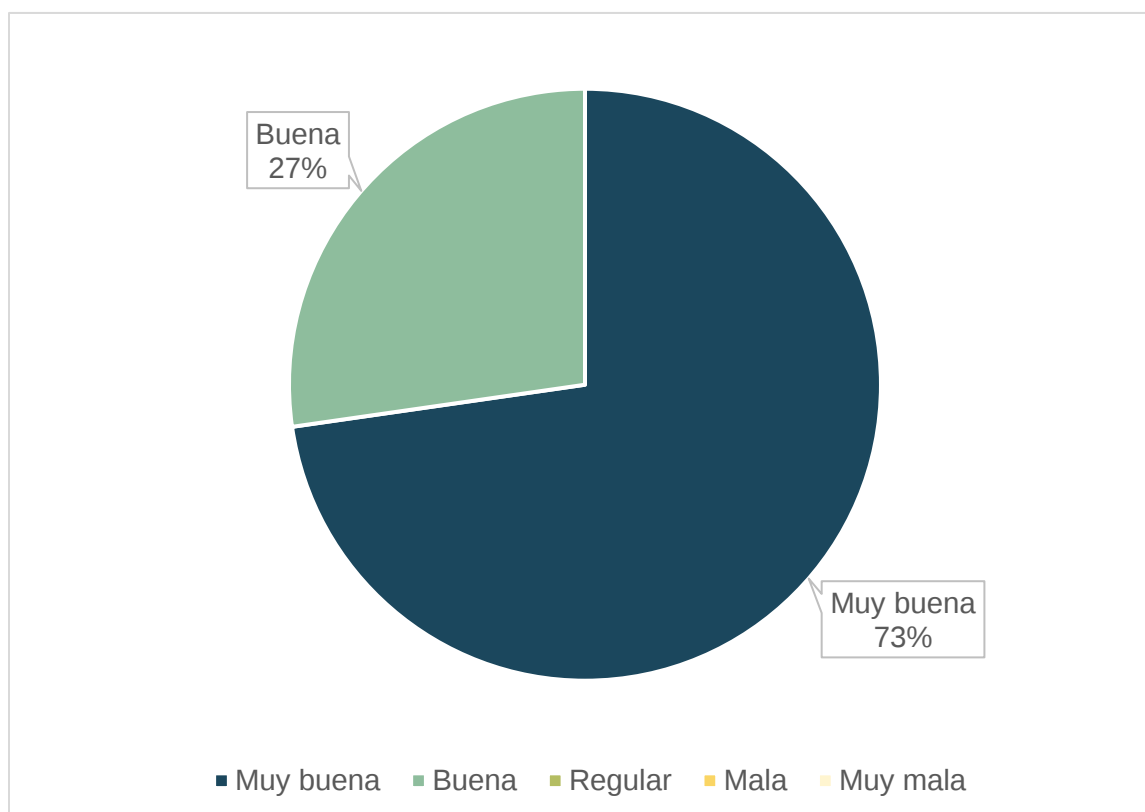
Los valores de compromiso y la solidaridad son percibidos por los usuarios por medio de la categoría de Compromiso en el Apoyo y Servicio. Esta es la respuesta recurrente entre los usuarios, con un 40%, lo que indica que ellas perciben un fuerte compromiso de la Casa de la Mujer por brindar apoyo y servicio. La categoría de Solidaridad y Empatía hacia las Participantes es el siguiente punto más seleccionado, con un 24%; por ende, una cuarta parte de los usuarios ve un reflejo de los valores en la actitud empática y solidaria de los

colaboradores. La percepción de Dedicación y Esfuerzo del Personal y Reconocimiento a los Valores de la Institución representan el 16% cada una, lo que señala una apreciación moderada de estos factores.

De este modo, los resultados de la tabla anterior permiten reconocer que los usuarios perciben que los colaboradores practican estos valores dentro de la Casa de la Mujer, siendo esto esencial para cumplir con una comunicación estratégica con las usuarias, donde estas sientan el compromiso y apoyo por parte de los colaboradores.

Figura 4

Relación interpersonal existente entre los colaboradores



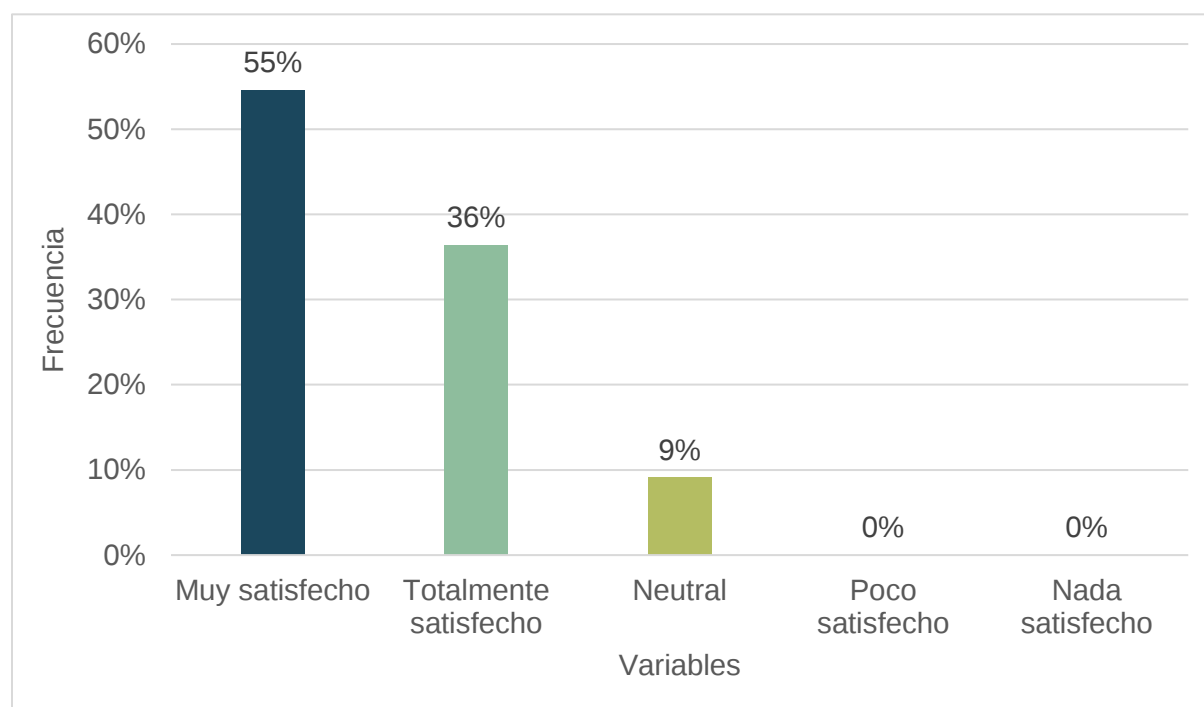
La relación interpersonal entre los colaboradores de la Casa de la Mujer en el año 2024 es positiva, tomando en cuenta la opinión de los colaboradores encuestados. Una cantidad del 73% de personas consideran que la relación interpersonal entre ellos es muy buena, mientras que una cantidad del 27% de personas opinan que es buena.

Estos resultados resaltan un ambiente laboral favorable, caracterizado por una interacción saludable y colaborativa entre compañeros. Fortalecer dicha dinámica es esencial para el bienestar del equipo. Por esto, las relaciones interpersonales son consideradas como un punto realmente esencial, lo cual resalta la importancia de mantener buenos canales de comunicación en la organización, para que los colaboradores tengan una comunicación efectiva.

Para la variable 4, que se plantea en el objetivo 3, se analizan estrategias de comunicación para el fortalecimiento de la gestión administrativa en la Casa de la Mujer, por lo cual se analiza en las siguientes tablas y gráficos:

Figura 5

Nivel de satisfacción de los colaboradores de acuerdo con la transmisión de información brindada por la Casa de la Mujer, como una acción para mejorar las metas dentro de la organización



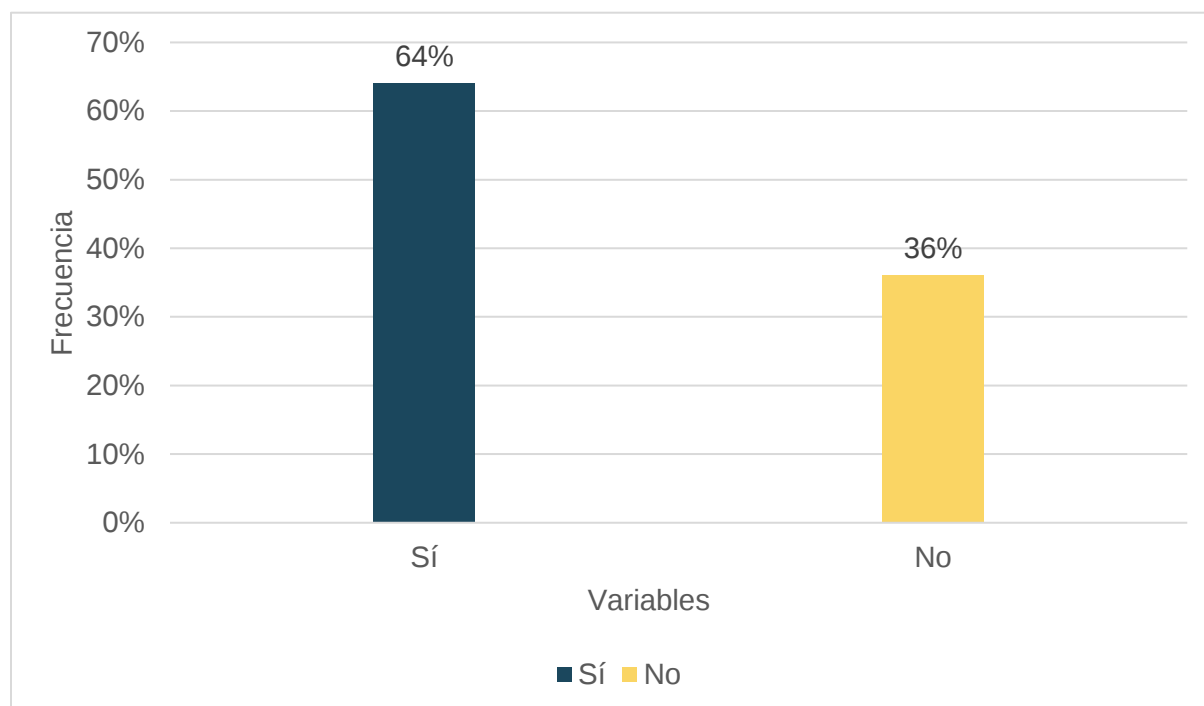
La figura revela una percepción positiva acerca de la transmisión de información brindada por la Casa de la Mujer, como una acción para mejorar las metas dentro de la organización, ya que se observa que el 55% de los encuestados seleccionaron que se encuentran Muy satisfechos con la transmisión de información, seguido de Totalmente satisfecho, con un 36% de selecciones, y por último Neutral, solamente con un 9%.

Esto implica que la transmisión de información es efectiva, lo cual agiliza la comunicación interna y las estrategias de comunicación, debido a que solo un porcentaje pequeño fue neutral ante las elecciones, mientras que los demás se encuentran muy satisfechos o bien totalmente satisfechos, lo que muestra un panorama bastante satisfactorio

acerca de la transmisión de la información para el cumplimiento de las metas de la organización.

Figura 6

Necesidad de mejorar la transmisión de información como una estrategia clave para fortalecer la comunicación interna

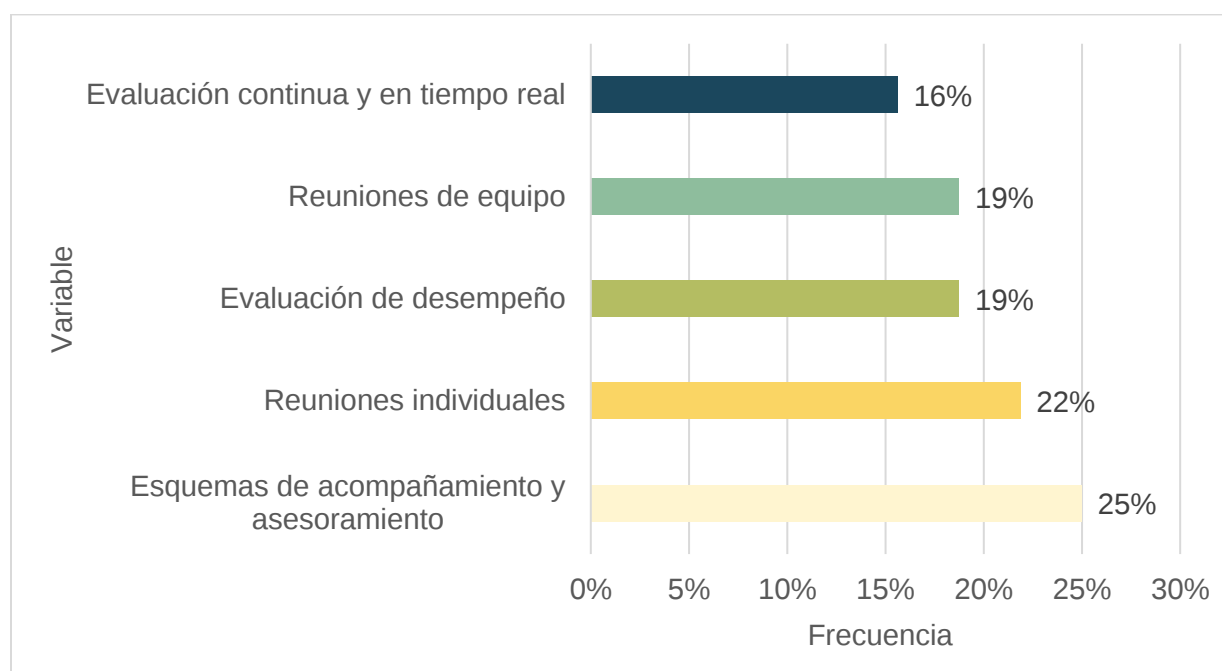


Una mayoría de los encuestados considera que la necesidad de mejorar la transmisión de la información es una estrategia clave para fortalecer la comunicación interna. Con base en los datos obtenidos, el 64% de los encuestados respondieron Sí, lo que sugiere que, aunque existen canales, estos podrían optimizarse para satisfacer mejor las necesidades de los usuarios. Se resalta la importancia de implementar mejoras en la forma en la que se comparte la información para fomentar un ambiente de confianza. Por otro lado, un total del 36% opinan que mejorar la transmisión de la información No es una estrategia clave para fortalecer la comunicación interna.

Por tanto, en la figura 6 se reflejan respuestas divididas, ya que, si bien una cantidad mayor de personas consideran que “Sí” es una estrategia importante, un porcentaje bastante considerable opina que “No”. Por lo tanto, es fundamental considerar ambas perspectivas al tomar decisiones con respecto a estrategias de comunicación implementadas en la organización.

Figura 7

Estrategias que los colaboradores consideran que ayudan a transmitir la información dentro de la organización



Las estrategias utilizadas para la transmisión de información en la Casa de la Mujer son diversas y variadas. Sin embargo, lo que más destaca son los esquemas de acompañamiento y asesoramiento, con un total del 25% de selecciones, lo que evidencia la cercanía que esta institución ofrece a sus trabajadores. Las reuniones individuales es la segunda opción más seleccionada con 22% de selecciones. Consiguientemente, la evaluación de desempeño y las

reuniones de equipo también son elegidas con frecuencia, con un 19% de selecciones cada una. Por último, la Evaluación continua y en tiempo real fue elegida únicamente por un 16% de los encuestados.

Por lo tanto, dicha figura muestra diversas elecciones en las opciones proporcionadas esto indica que cada una de ellas deberían de ser tomadas en cuenta como estrategias de comunicación esenciales, ya que fueron seleccionadas por los colaboradores, indicando que estas son las más recomendables según su comunicación interna.

Tabla 11

Razones por las que establecer plazos de tiempo mejora la ejecución de las tareas

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Estructura y organización	2	18.2%	18.2%
Mejora en el rendimiento	2	18.2%	18.2%
Responsabilidad y compromiso	2	18.2%	18.2%
Cargas de trabajo equilibradas	1	9.1%	9.1%
Sin Información	4	36.4%	36.4%
Total	11	100%	100%

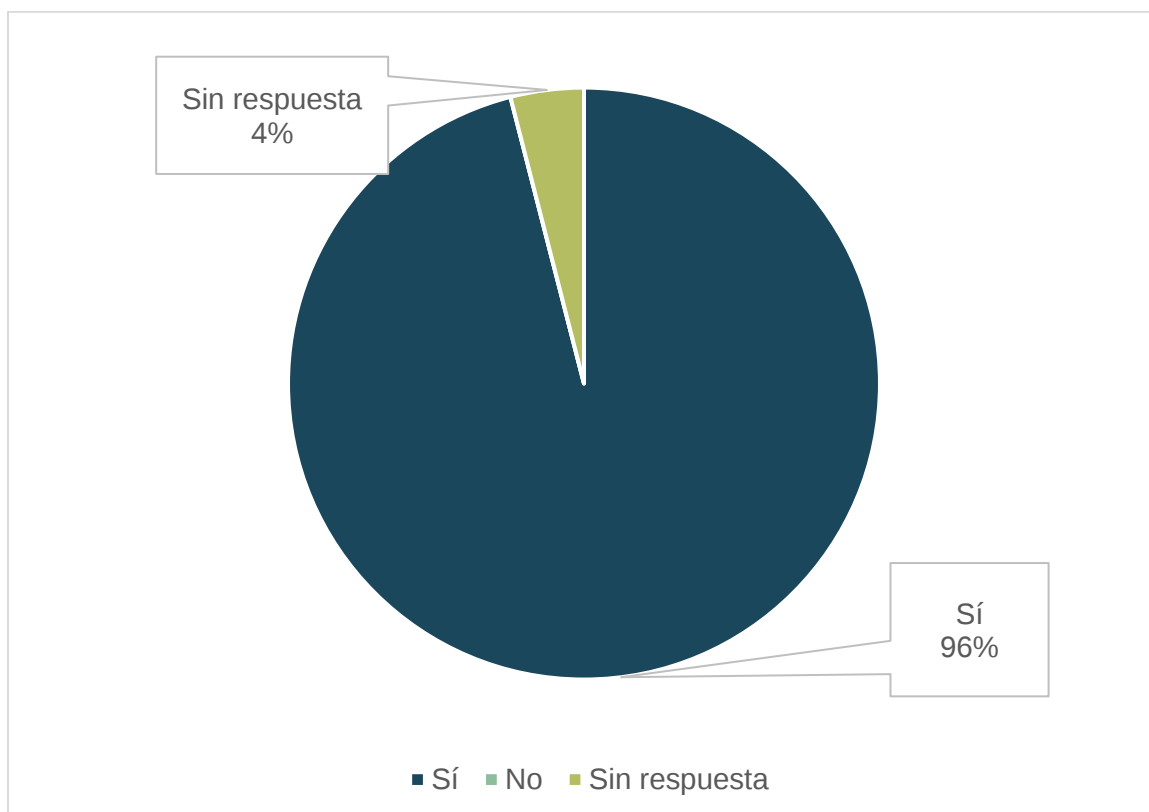
La tabla 11 muestra información relevante acerca de las razones para establecer plazos de tiempo para la mejora de tareas. Las que más destacan son Estructura y organización, Mejora en el rendimiento y Responsabilidad y compromiso, con un 18,2% de selecciones en

cada una. Seguidamente se encuentra Cargas de trabajo equilibradas, con un 9,1% de selección, y un 36,4% son encuestados que no dieron respuesta a dicha incógnita.

De este modo, se cuenta con una cantidad de opiniones diversas acerca de las razones para establecer plazos de tiempo, siendo todas las selecciones puntos importantes, ya que ayudan a comprender las razones primordiales por las cuales es significativo establecer una adecuada gestión del tiempo en los procesos y tareas administrativas con el fin de fortalecer la administración de la CDLM. Con respecto al mayor porcentaje de los encuestados que no decidieron responder, se interpreta la necesidad de refuerzo institucional, ya que al no recibir respuestas a dicha incógnita se demuestra la necesidad de mejorar los procesos de comunicación interna, planificación y la formación de los colaboradores en la gestión de tareas.

Figura 8

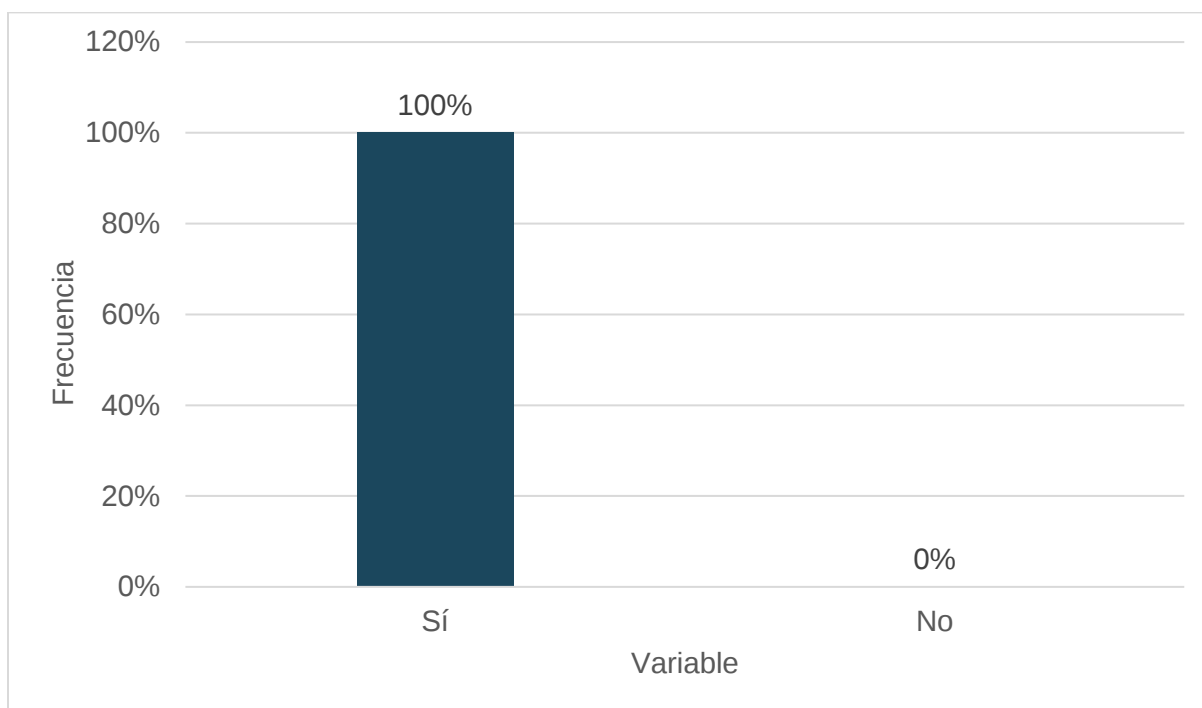
Escucha activa de los colaboradores ante las consultas de los usuarios



La figura 8 revela que la mayoría de las personas encuestadas se ha sentido escuchadas por los colaboradores, lo que refleja un punto muy importante en cuanto a la atención al usuario. Del total de personas encuestadas, la mayoría, en este caso el 96%, expresó que “Sí” se sienten escuchadas, mientras que solo un 4% de las personas decidieron no contestar. Esto muestra un nivel de satisfacción cercano al 100% entre los encuestados, ya que no se cuenta con respuestas negativas.

Figura 9

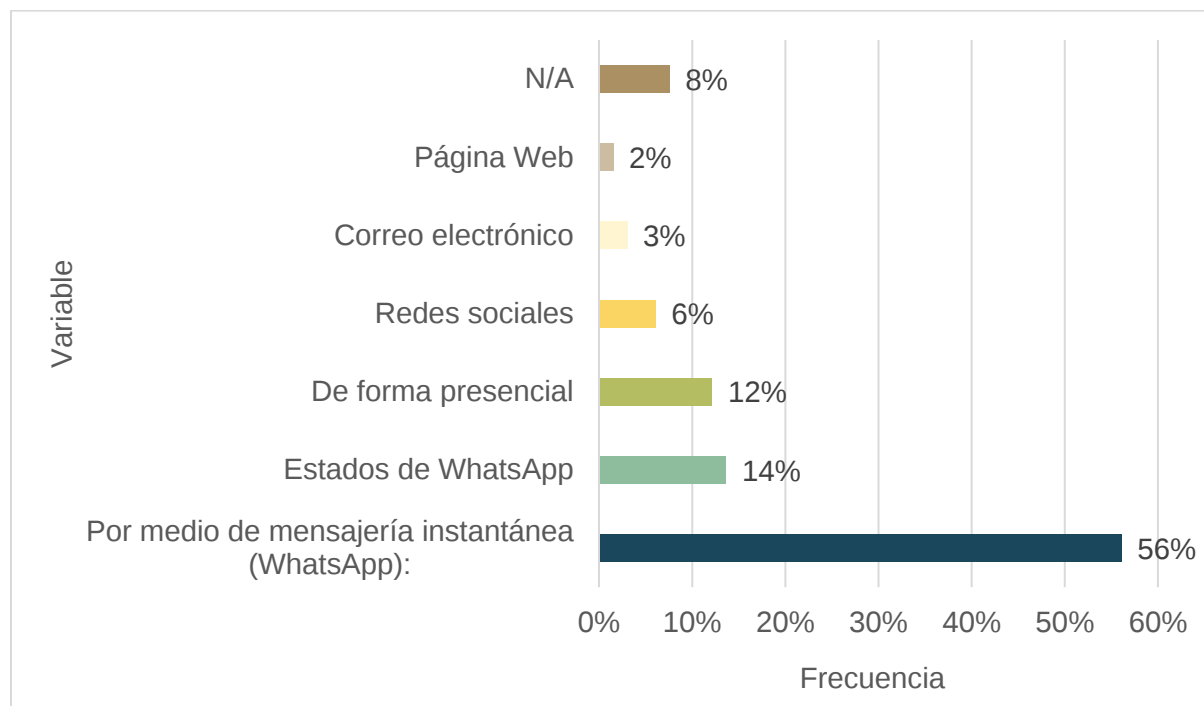
Satisfacción de los usuarios con la atención recibida durante consultas



Se obtuvo un resultado positivo, ya que el 100% de las personas encuestadas manifestó estar completamente satisfecha con la atención recibida por parte de la Casa de la Mujer. Esto indica que la atención brindada por la institución es altamente valorada y que toda la población encuestada se encuentra satisfecha con el servicio.

Figura 10

Preferencias de los usuarios sobre canales de información

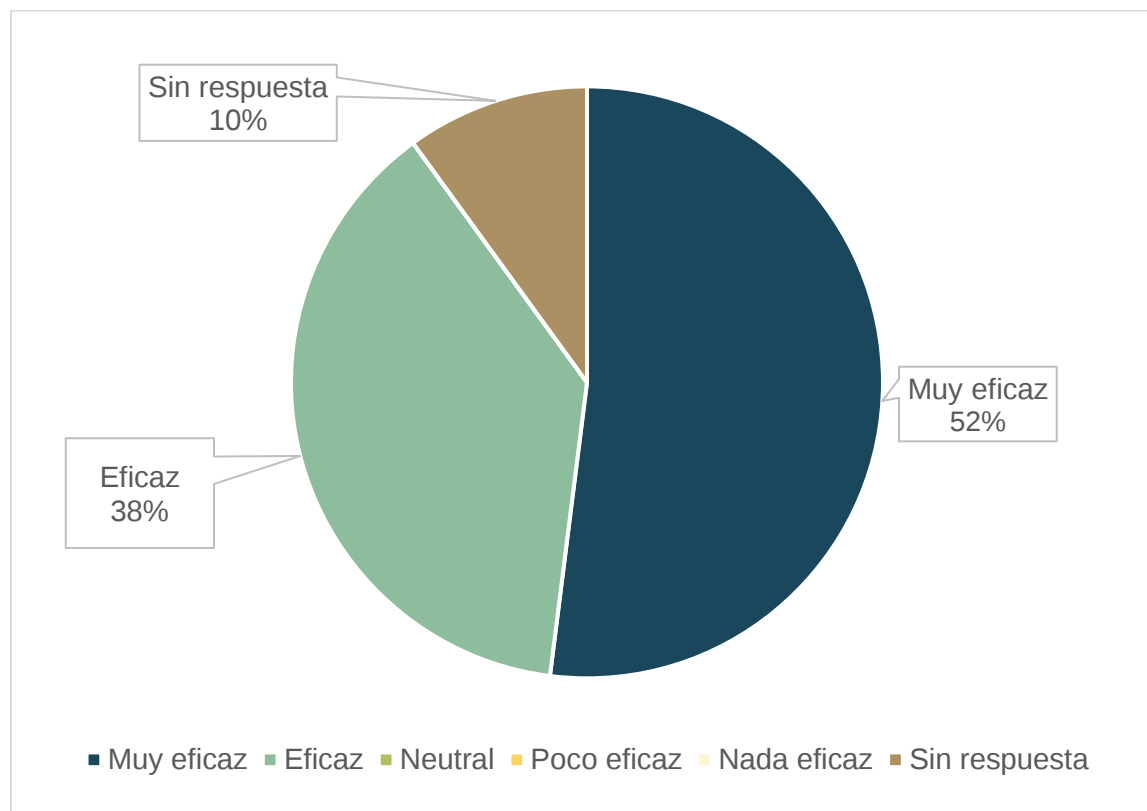


De acuerdo con los resultados, la mayoría de las personas que hacen uso de los servicios de la Casa de la Mujer prefieren que el medio de comunicación que se utilice sea el de mensajería instantánea (WhatsApp), ya que, del total de personas encuestadas, un 56% manifestaron su preferencia por dicho medio, lo que genera una inclinación hacia WhatsApp. Por otro lado, un 14% expresó su preferencia por obtener información mediante los estados de WhatsApp, 12% de forma presencial, 6% por redes sociales, 3% por correo electrónico, 2% por medio de la página web y un 8% se abstuvo a contestar.

Por lo tanto, la figura indica que WhatsApp es el medio o canal más popular y preferido por la población; por ende, la CDLM debería establecer el WhatsApp como su medio principal de comunicación oficial, ya que es por este donde las usuarias prefieren recibir información.

Figura 11

Valoración de los usuarios sobre la efectividad en la inscripción de los talleres

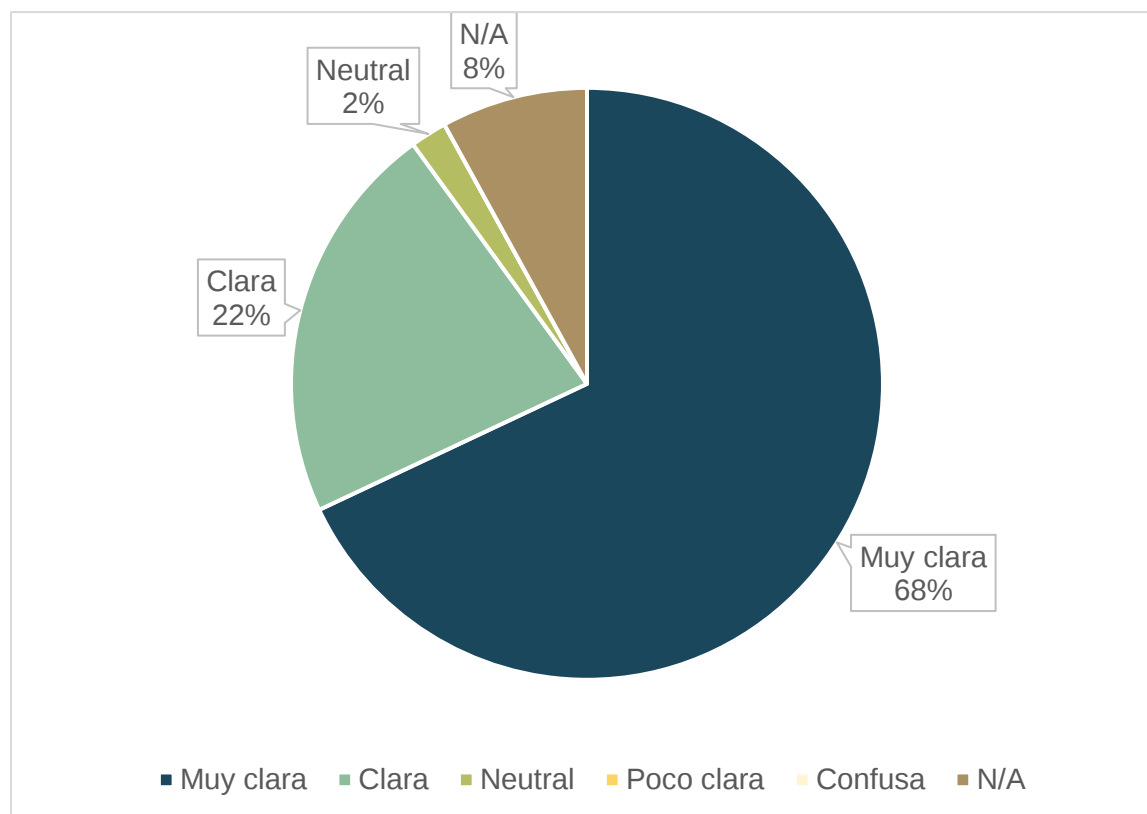


La figura 11 muestra resultados bastante satisfactorios, ya que la mayoría considera que la efectividad de la inscripción a talleres es muy eficaz o eficaz. Del total de los encuestados, 52% consideraron que la efectividad de la inscripción es muy eficaz y 38% la catalogaron como eficaz, mientras que un 10% de personas no dieron respuesta.

Esto refleja un resultado favorable en lo que respecta a la satisfacción con la efectividad de la inscripción a talleres. Se podría decir que la mayor parte de encuestados consideran que la inscripción a los talleres es muy eficaz y eficaz, los cuales son resultados bastante satisfactorios para la gestión de los talleres impartidos.

Figura 12

Claridad en la información proporcionada para acceder a los talleres

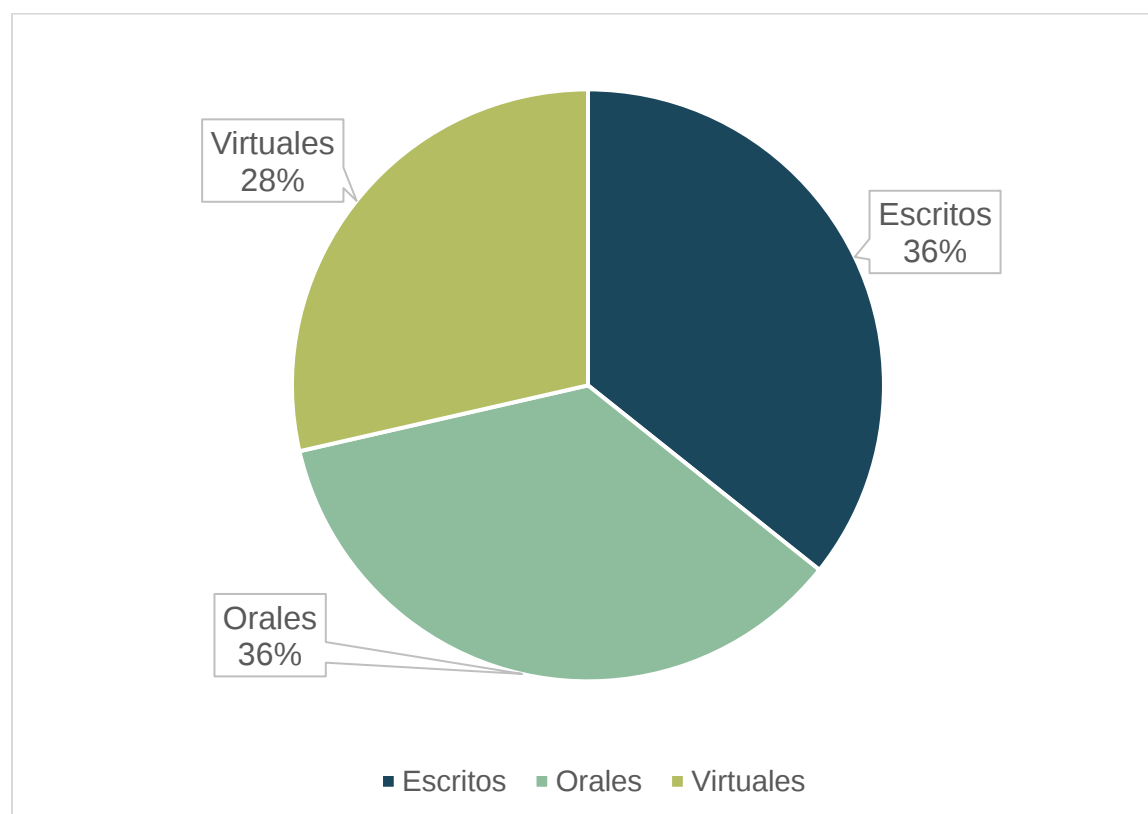


La figura 12 se puede observar la opinión de la claridad de la información proporcionada en los talleres: el 68% de las personas encuestadas considera que es Muy clara, seguido de un 22% que la considera clara, de este modo un 10% corresponden a la selección Neutral y personas que no proporcionaron una respuesta.

Por lo consiguiente, se deduce que las respuestas obtenidas son satisfactorias en su mayoría también hay selecciones en la parte neutral y otras personas decidieron no contestar, lo que deja como resultado un área de mejora en las estrategias de comunicación que son utilizadas con el fin brindar información para acceder a los talleres.

Figura 13

Técnicas de comunicación utilizadas frecuentemente en las gestiones administrativas

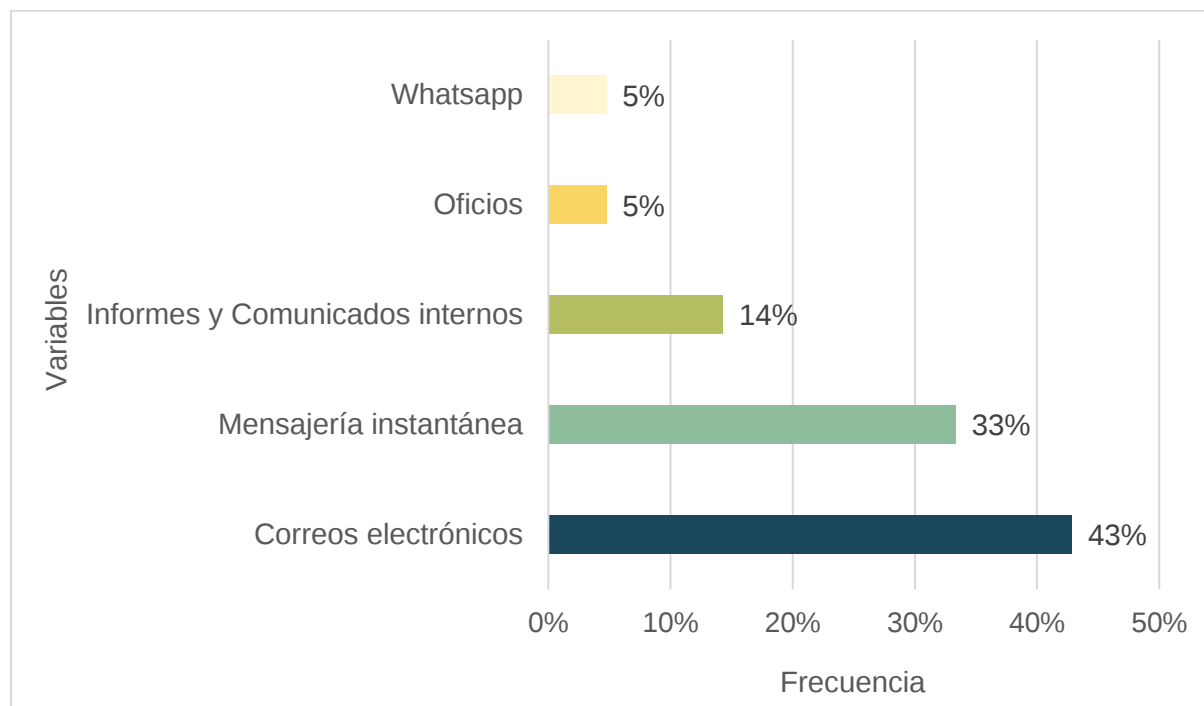


La figura 13 muestra las técnicas de comunicación más utilizadas: las opciones más predominantes fueron Orales y Escritos, con un 36% de selecciones cada una, mientras que la menos votada fue la opción Virtuales, con 29%.

Por consiguiente, se interpreta que las tres técnicas de comunicación son utilizadas con frecuencia. Notablemente, las técnicas virtuales son las menos utilizadas; sin embargo, no poseen una gran diferencia con respecto a las otras dos opciones que encabezan el gráfico.

Figura 14

Frecuencia del uso de instrumentos de comunicación escrita en la Gestión Administrativa

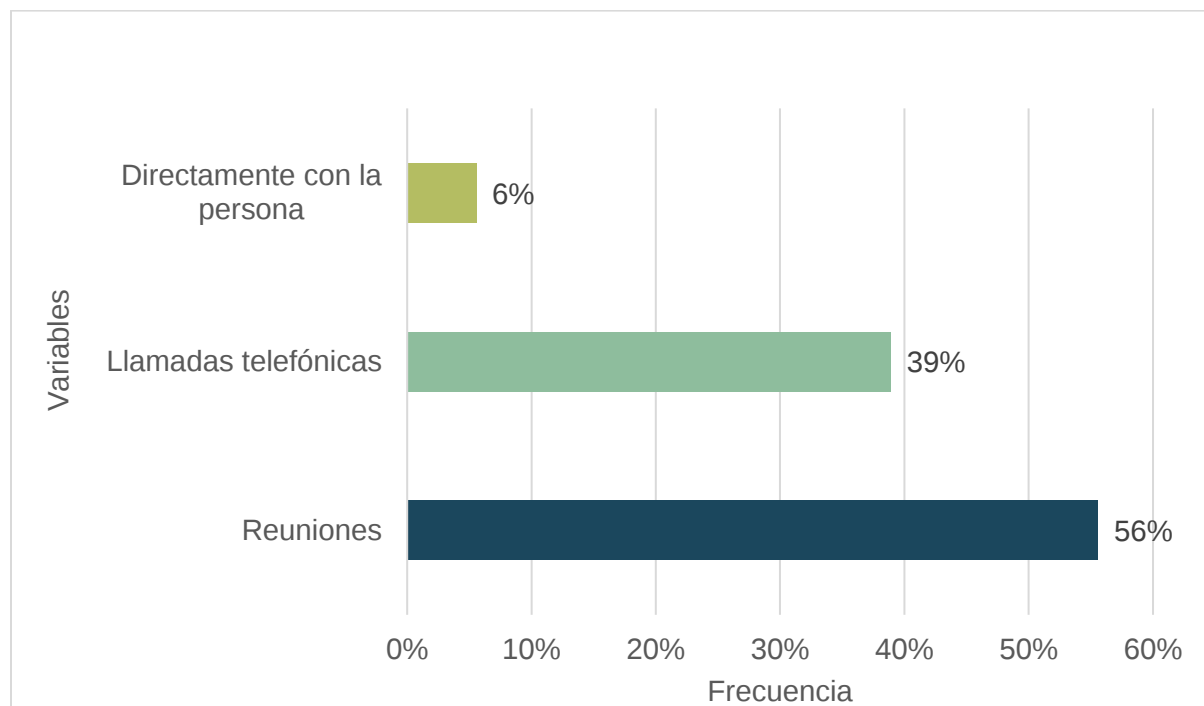


Los instrumentos de comunicación escrita más utilizados en la CDLM son el Correo electrónico, con un 43% de selecciones, seguido de Mensajería instantánea, con un 33% de selecciones. También, en el gráfico se muestran los porcentajes más bajos: Informes y comunicados internos, con un 14%, y Oficios, con 5%, al igual que WhatsApp.

Por tanto, el correo electrónico es el instrumento de comunicación más empleado, seguido de cerca por la mensajería instantánea. Ambos tienen una alta preferencia, lo que indica su relevancia en la gestión administrativa. En contraste, las demás opciones, si bien son utilizadas, presentan un uso significativamente menor.

Figura 15

Frecuencia de uso de instrumentos de Comunicación Oral en la Gestión Administrativa

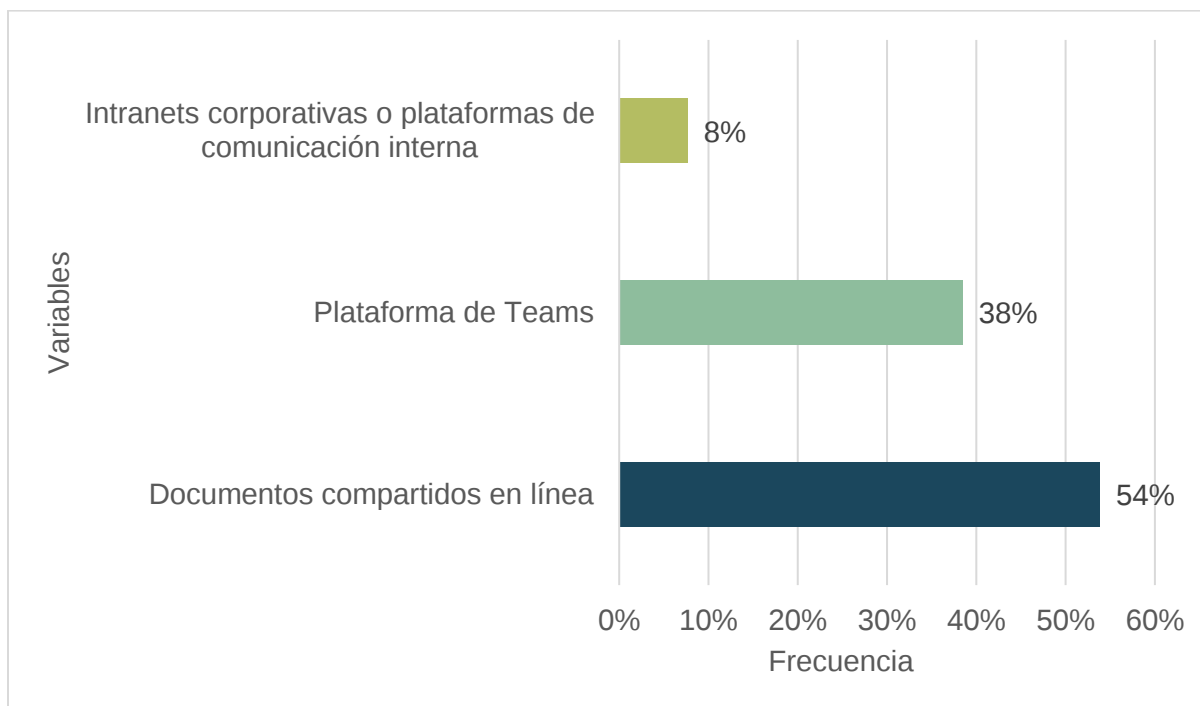


Los instrumentos de comunicación oral más utilizados en la CDLM son Reuniones, con un 56% de selecciones, seguidas de Llamadas telefónicas, con un 39% de selecciones. Por otro lado, la opción menos seleccionada fue: Directamente con la persona, con un 6%.

En la figura 15 se muestra que la Casa de la Mujer utiliza con mayor frecuencia las reuniones y llamadas telefónicas en lo que respecta a la comunicación oral, lo que indica que estas estrategias de comunicación interna son las más empleadas.

Figura 16

Frecuencia de Uso de instrumentos de Comunicación Virtual en la Gestión Administrativa



Los instrumentos de comunicación virtual más utilizados en la CDLM son los Documentos compartidos en línea, con 54% de selecciones, seguidos de Plataforma de Teams, con un 38% de selecciones. Seguidamente, las opciones menos seleccionadas fueron Intranets corporativas o plataformas de comunicación interna, con un 8% de selección.

De este modo se puede analizar que los documentos compartidos en línea son los más utilizados, como un medio de comunicación para el envío de información y trabajo colaborativo.

Tabla 12*Estructura organizativa de tareas en la Casa de la Mujer*

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Sí	8	72.7%	72.7%
No	2	18.2%	18.2%
N/A	1	9.1%	9.1%
Total	11	100%	100%

En la tabla se evidencia una estructura organizativa de tareas en la CDLM, puesto que el 72,7% de los encuestados seleccionaron que “Sí”. Sin embargo, el 18,2% seleccionaron “No”, mientras que un 9,1% decidió no contestar.

Por ende, con los resultados obtenidos se considera que las diferencias entre las percepciones podrían estar vinculadas a una comunicación organizacional limitada, ya que entre ambas se demuestra un amplio grado de contradicción, por lo cual no se puede demostrar la existencia de una estructura organizacional sólida, siendo que dicha estructura no se aplica de forma uniforme por todos los colaboradores. Por lo tanto, aunque formalmente exista una estructura determinada, la implementación de esta no es percibida del mismo modo por todos los colaboradores.

Tabla 13*Responsable de la organización de tareas en el espacio de trabajo*

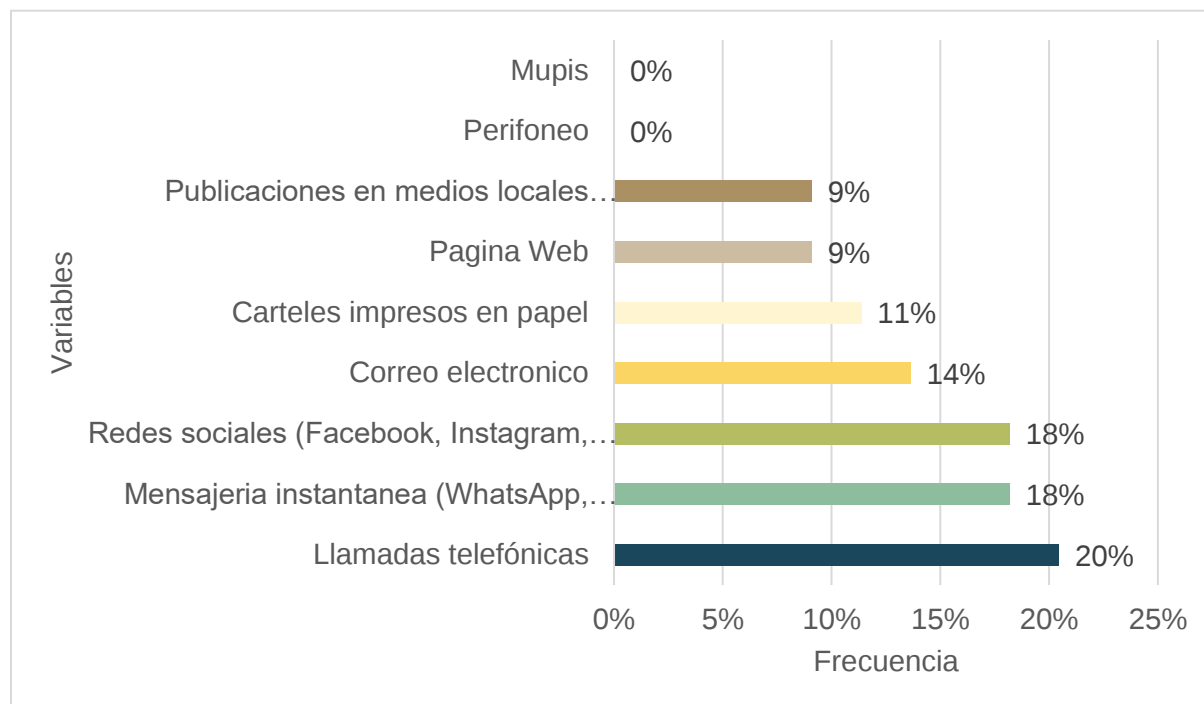
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Administradora o coordinadora	3	27.3%	27.3%
El responsable depende de la actividad	1	9.1%	9.1%
Secretaria	1	9.1%	9.1%
N/A	6	54.5%	54.5%
Total	11	100%	100%

La tabla 13 muestra las personas responsables de la organización de las tareas. En ella se muestra que el 27,3% de los encuestados respondieron Administradora o coordinadora, seguida de El responsable depende de la actividad y secretaria, con un 9,1% de las respuestas.

Por lo tanto, se deduce que se posee cierto grado de desconocimiento para dar respuesta a esta pregunta, ya que más de la mitad de los colaboradores encuestados decidieron no contestarla. Lo que deja cierto desconcierto con la información recopilada acerca de las tareas designadas. Esto revela una ausencia de lineamientos claros sobre la organización interna, lo que afecta la eficiencia, el compromiso de trabajo en equipo y una posible correcta ejecución de las actividades. Esto genera confusión en la distribución de las tareas, llevando consigo problemas en las gestiones administrativas.

Figura 17

Medios de comunicación utilizados para transmitir información al público

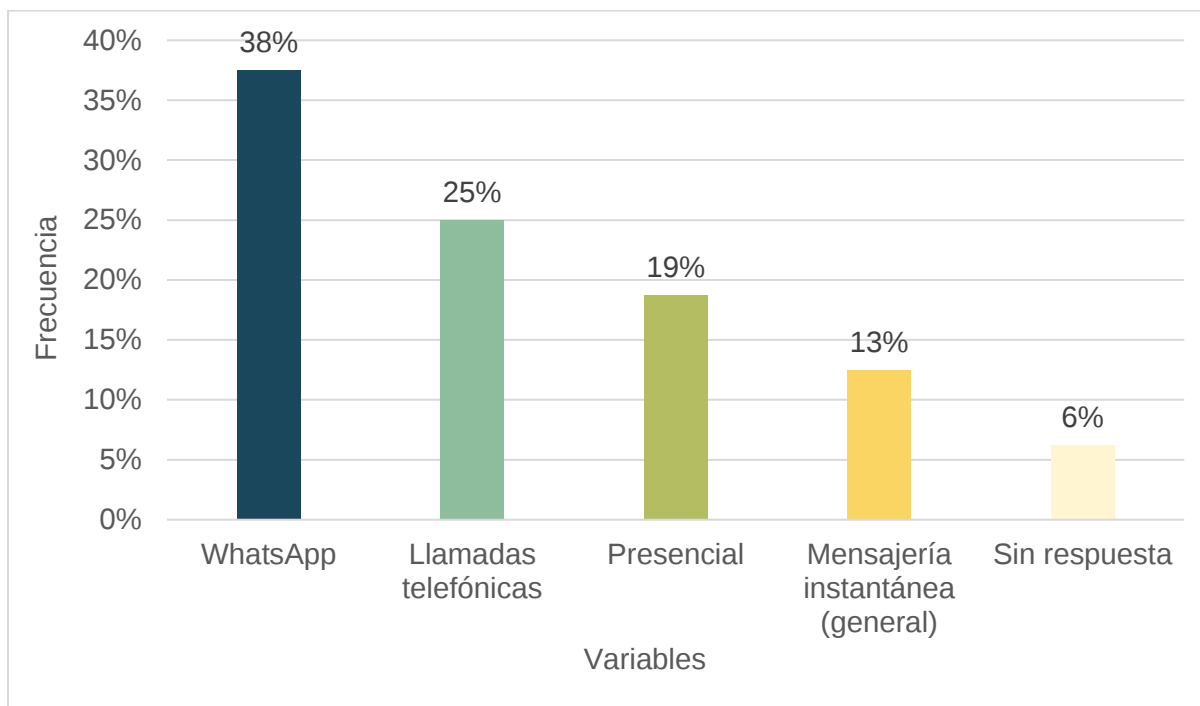


En la Casa de la Mujer, los medios más utilizados para la transmisión de información son las siguientes: Llamadas telefónicas, con un 20% de selecciones, Mensajería instantánea y Redes sociales, con un total de 18%, seguido de Correo electrónico, con 13%. Así mismo, se encuentran Carteles impresos en papel, con un 11%. Además, Página Web y Publicaciones en medio locales, con 9% cada una.

A partir de esto, se observa que los medios utilizados para la transmisión de información son variados y utilizados conforme el avance de la tecnología, en la CDLM aún se mantiene el uso de las llamadas telefónicas como principal medio de comunicación, aunque también se utilizan medios tecnológicos como el WhatsApp y Redes sociales. Según gráficos anteriores, los usuarios prefieren el uso de WhatsApp, por lo que este debería de ser considerado como el medio más utilizado para la transmisión de información.

Figura 18

Frecuencia de uso de medios de comunicación para la inscripción de talleres



La figura 18 representa los medios de comunicación utilizados para la inscripción de los usuarios a los talleres, entre los cuales destacan WhatsApp, con un 38% de las selecciones, y Llamadas telefónicas, con 25% de selecciones. Además, se tienen las opciones Presencial, con 19% de selecciones, y Mensajería instantánea, con 13%.

Entonces, se puede deducir que WhatsApp encabeza la lista y es el medio más utilizado para la inscripción a talleres, seguido por las llamadas telefónicas, lo que refleja la cercanía que posee la institución con la persona al inscribirse. La atención de manera presencial también es otra alternativa que posee un porcentaje alto, mientras que la mensajería instantánea fue elegida el medio menos utilizado.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Los instructores de los talleres desarrollan su labor con compromiso, sin embargo, se identifican áreas de mejora donde se podría perfeccionar la comunicación e interacción durante los talleres.

Con respecto a la comunicación de los colaboradores en la atención al cliente, se concluye que cumplen con las competencias para facilitar la comunicación y la interacción en el servicio al cliente.

Los colaboradores no están arraigados o familiarizados a la cultura organizacional, esto debido a que las personas encuestadas poseen la percepción de que valores sí poseen un impacto en la identidad de la organización, sin embargo, al seleccionar los valores más destacables en su opinión, se obtuvo resultados que difieren, ya que no todos seleccionaron todos los valores de la CDLM.

En síntesis, las técnicas de comunicación utilizadas son las Orales y Escritos, seguidas de Virtuales. Sin embargo, esto debería ser diferente, ya que los usuarios utilizan con mayor frecuencia los medios virtuales, pues para una comunicación efectiva implica emplear el mismo medio que prefieren los usuarios.

En cuanto la relación interpersonal de los colaboradores se destaca que es muy buena, lo cual beneficia a la comunicación organizacional, pues este es un factor que ayuda a la comunicación estratégica y efectiva para el desarrollo de los procesos administrativos. De este modo, se concluye que también los colaboradores se encuentran conformes con la transmisión de información, lo que les ayuda a las gestiones administrativas y a su comunicación interna.

El estudio revela que la comunicación es buena ya que los usuarios se sienten escuchados y satisfechos con la atención recibida por parte de los colaboradores.

Así mismo, se demuestra que la inscripción a talleres es eficiente, los usuarios mencionan que la información proporcionada para acceder a los talleres está claramente formulada lo que denota un desempeño efectivo en la comunicación para estos procesos administrativos.

Se infiere que los usuarios prefieren el uso de mensajería instantánea, en este caso, WhatsApp para recibir información de parte de la Casa de la Mujer, se concluye que los colaboradores utilizan las llamadas telefónicas, WhatsApp y redes sociales, lo cual denota que estos procesos administrativos se debe alinear al uso de WhatsApp como el medio utilizado para la transmisión de información por parte de la Casa de la Mujer, como una estrategia de comunicación para mejorar las gestiones administrativas.

Finalmente, se concluye que se debe fortalecer la comunicación interna como una estrategia de comunicación, esto permite la trasmisión eficaz de información y la coordinación de tareas para la mejora de las gestiones administrativas, debido a que los colaboradores opinan que sí existe una estructura organizativa, sin embargo, en el análisis se muestra un grado de desconocimiento por parte de los colaboradores sobre quién es la persona encargada de la estructuración de tareas.

Recomendaciones

Por lo tanto, se recomienda que la Casa de la Mujer aplique a los instructores de talleres técnicas de evaluación, como las observaciones, que les permitan conocer las fortalezas y debilidades de criterios relacionados con la comunicación interpersonal, para retroalimentar al colaborador de una manera informada, y se brinden talleres con técnicas de comunicación. Así mismo, se insta que los instructores utilicen lenguaje corporal, expresiones faciales y tono de la voz para complementar y enfatizar lo que se dice de la misma manera que lo han hecho hasta el momento, ya que estos fueron de los criterios mejor calificados.

Como opción, es recomendable en la atención a los usuarios mejorar el área de contacto visual, porque es una técnica de comunicación esencial que comprende las emociones de los usuarios y genera un mayor grado de confianza. Se debe transmitir la información de manera clara tomando en cuenta que la mayoría de las usuarias son adultas mayores.

De igual manera, se recomienda a la administración de la Casa de la Mujer la realización de reuniones en las cuales el principal objetivo sea la inclusión de la cultura organizacional entre los colaboradores, para interiorizar el mensaje que la institución desea transmitir a la sociedad y a las usuarias.

Es recomendable que se utilicen los instrumentos virtuales con regularidad, en donde se establezca métodos de comunicación oficiales para mejorar la efectividad de las gestiones administrativas y ser eficientes en la aclaración de dudas y consultas.

Así mismo, se recomienda a la Casa de la Mujer la realización de evaluaciones de satisfacción acerca de la comunicación de los colaboradores para conocer inquietudes o disconformidades acerca de los procesos administrativos. Si bien actualmente presentan resultados positivos, estos pueden cambiar sin previo aviso, dañando el fortalecimiento de

estos procesos. De este modo, también es recomendable aplicar evaluaciones a los usuarios, para conocer sus opiniones acerca de la comunicación en relación con las inscripciones y el servicio al cliente.

Se insta a conocer las preferencias de los usuarios acerca de los canales de comunicación que prefieren para recibir información acerca de la institución, con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios y ampliar la población atendida.

Finalmente, se sugiere llevar a cabo la implementación de un manual de procedimientos oficial mejor conocido como procedimiento normalizado de trabajo para mejorar la gestión administrativa, ya que se encontraron deficiencias acerca de las opiniones sobre la estructura organizativa.

Referencias

- Alegre Brítez, M. Á. (2022). *Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa: Una reflexión conceptual. Población y Desarrollo*, 28(54), 93-100. <http://scielo.iics.una.py/pdf/pdfce/v28n54/2076-054x-pdfce-28-54-93.pdf>
- Alpuche de la Cruz, E., & Bernal López, J. L. (2015). La institución y la organización: Un análisis centrado en el actor. *Intersticios Sociales*, (10), 1-29. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-49642015000200002&lng=es&tlng=es.
- Arango-Forero, G. (2013). Comunicación digital: Una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra Clave*, 16(3), 673-697. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852013000300002&lng=en&tlng=e
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Azuero Azuero, A. E. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 110–127. <https://doi.org/10.35381/r.k.v4i8.274>
- Balarezo Toro, B. D. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e..pdf>

Bedregal, P. Besoain, C. Reinoso, A. & Zubarew, T. (2017). La investigación cualitativa: un aporte para mejorar los servicios de salud. *Revista médica de Chile*, 145(3), 373-379. <https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872017000300012>

Brandolini, A., González Frígoli, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa*. La Crujía Ediciones.
<https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/download/978/965/3193-1>

Brasil de Almeida Rebouças, C., Freitag Pagliuca, L. M., Cavalcanti Rodrigues Júnior, J., Barbosa Oliveira, G. O., & Almeida, P. C. de. (2015). El análisis comparativo de la comunicación no verbal entre enfermero y paciente ciego. *Index de Enfermería*, 24(3), 134-138. <https://doi.org/10.4321/S1132-12962015000200004>

Campos, G., & Lule, N. E. (2012). La observación: Un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>

Carbajal Quinde, N. (2022). La comunicación. [Ensayo de Universidad Privada San Juan Bautista]. https://www.researchgate.net/publication/364354455_La_comunicacion

Casa de la Mujer. (2015). Asociación de Mujeres Generaleñas.
<https://prezi.com/kpkk8rjfteze/asociacion-de-mujeres-generalenas/>

Casa de la Mujer. (s.f.). *Misión y Visión*.
<https://www.casadelamujer.or.cr/index.php/asociacion/mision-y-vision>

Casa de la Mujer. (s.f.). *Historia*. <https://www.casadelamujer.or.cr/index.php/asociacion/historia>

Casa de la Mujer. (s.f.). *Servicios*. <https://www.casadelamujer.or.cr/index.php/servicios>

Casa de la Mujer. (s.f.). *Organización*.
<https://www.casadelamujer.or.cr/index.php/asociacion/organizacion>

- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. [Archivo PDF].
<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariables,enfoqueytipodeinvestigacion.pdf>
- CEIm Hospital Universitari de Bellvitge. (2022). Procedimiento general: Procedimientos normalizados de trabajo (Versión 4, Acta 13/22).
<https://www.bellvitgehospital.cat/sites/default/files/PDF/PNT-CEIC.pdf>
- Chaves Gómez, L. E. (2017). *Diseño de un sistema de gestión documental digital para la empresa Codocsa S.A. según normas ISO 30300-30301, en el período 2015* [Proyecto de graduación, Universidad Nacional, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela de Secretariado Profesional].
<https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/93bb7bed-ba2a-462a-942e-730156bdcc6b/content#page=78&zoom=100,141,485>
- Claro Montes, C., Ayala de Choriego, M., & Barros, J. P. (2022). Comunicación interna: Caracterización y análisis de trabajo realizado por empresas que pertenecen a ranking Great Place to Work® Chile. *Acta Nova*, 21(41), e4.
<https://doi.org/10.22395/angr.v21n41a4>
- Contreras Delgado, O. E., & Garibay Rendón, N. G. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. Epub 01 de diciembre de 2020. <https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>
- Cristancho Giraldo, L. A. (2022). El concepto de trabajo: Perspectiva histórica. *Secuencia* (112), e1827. doi: <https://doi.org/10.18234/secuencia.v0i112.1827>

Cruz, J., & Jiménez, V. (2013). Proceso administrativo: Planeación, organización, dirección y control. *Grandes Pymes*. <https://www.grandespymes.com.ar/2013/08/10/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>

Del Poso Lite, M.L. (2022). *La Nueva Era de la Comunicación Empresarial: Creativa, Innovadora, Digital y Global*. [Discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores, como Académica Numeraria, en el acto de su recepción el 7 de marzo de 2022 de Real Academia Europea de Doctores]. https://raed.academy/wp-content/uploads/2022/03/libro-ingreso-RAED-dra-Maria-Luisa-del-Pozo-Lite_cmpr.pdf

Delgado Gutiérrez, Z. M., & Anchundia Villamar, J. S. (2023). Procesos administrativos y los objetivos organizacionales de la Compañía de Taxi Ejecutivo Zaracay Express S.A. *Ciencia y Desarrollo*, 26(4), 98-101. Universidad Alas Peruanas. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index>

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista: Recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es

Equipo Técnico Planes Estratégicos. 2021. Plan de Desarrollo Municipal de Pérez Zeledón. <https://www.perezzeledon.go.cr/index.php/component/phocadownload/category/297-planes-estrategicos.html>

Fajardo, J. L. Y., Palmero Gómez, N., & Santos Mejía, J. R. (2020). Cultura organizacional. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11(20). Asociación Latinoamericana de Sociología, Uruguay. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588663787016>

Farinango Cabezas, Luis Ernesto. (2024). Comunicación interna: de las dimensiones a los canales. *Punto Cero*, 29(49), 89- 100. <https://doi.org/10.35319/puntocero.202449244>

Flores Mamani, E., García Tejada, M. L., Calsina Ponce, W. C., & Yapuchura Sayco, A. (2016).

Las habilidades sociales y la comunicación interpersonal de los estudiantes de la

Universidad Nacional del Altiplano - Puno. *Comuni@cción*, 7(2), 5-14.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682016000200001&lng=es&tlng=es

García, Arenas, L. A. K. (2016). *La aplicación de técnicas de comunicación en la investigación participativa*. [Tesis de Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación]. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1405.pdf

Garrido, F. J., Goldhaber, G. M. & Putnam, L. L. (2020). *Fundamentos de Comunicación*

Organizacional de la organización a la estrategia en el Siglo XXI. Organizational

Communication Global Network. https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Garrido-4/publication/343629110_Fundamentos_de_Comunicacion_Organizacional_2022/links/5f6a6d1aa6fdcc0086345f39/Fundamentos-de-Comunicacion-Organizacional-2022.pdf

Gómez Fedor, S. J. (2016). La comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6.

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es

Gómez Manzano, P. (2018). *La comunicación. Lenguaje verbal y lengua. El estudio de la lengua española*. Editorial Universitaria Ramón Areces.

<https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment-1922.pdf>

González Rodríguez, S. S., Viteri Intriago, D. A., Izquierdo Morán, A. M., & Verdezoto Cordova,

G. O. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel

Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37. Epub 02

- de agosto de 2020. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400032&lng=es&tling=es.
- Guadarrama Sánchez, G. J. (2018). Las asociaciones y los bienes que generan: El debate conceptual y metodológico. *Espiral (Guadalajara)*, 25(71), 39-70. <https://doi.org/10.32870/espiral.v25i71.5753>
- Guajardo, D. (2025). Consejero delegado. <https://www.instagantt.com/es/gestion-de-proyectos/what-is-a-standard-operating-procedure-sop>
- Guerrero Alvarado, M., Sotero González, J. & Cabezueto, L. F. (2022). La comunicación interna como herramienta estratégica constructora y transmisora de la cultura organizacional. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*. <https://doi.org/10.7263/adresic-27-206>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción) [Educational research methodologies (descriptive, experimental, participatory, and action research)] [Metodologías de pesquisa educacional (descritiva, experimental, participativa e de ação)]. *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Gutiérrez-Meneses, R. E. (2022). El papel de la comunicación estratégica como un factor de ventaja competitiva para la organización. *Revista Científica Anfibios*, 5(1), 36-44. <https://doi.org/10.37979/afb.2022v5n1.101>
- Hernández Rocha, S. J., & Martínez González, P. (2023). Metodología para la implementación de un manual de procedimientos. *Tlatemoani: Revista Académica de Investigación*, 14(44). Eumed.net. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiJ>

[57n9eOHAxXxTjABHV5WIG8QFnoECBkQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F9316455.pdf&usq=AOvVaw1DQJc8-E1CiiHhNBtyPcTE&opi=89978449](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5799784&url=https%3A%2F%2Fdescarga%2Farticulo%2F9316455.pdf&usq=AOvVaw1DQJc8-E1CiiHhNBtyPcTE&opi=89978449)

Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (INSST). (2018). *NTP 508:*

Aseguramiento de la calidad en los laboratorios de higiene industrial: Procedimientos normalizados de trabajo (PNT). <https://www.insst.es/documentacion/colecciones-tecnicas/ntp-notas-tecnicas-de-prevencion/15-serie-ntp-numeros-506-a-540-ano-2000/ntp-508-aseguramiento-de-la-calidad-en-los-laboratorios-de-higiene-industrial-procedimientos-normalizados-de-trabajo-pnt->

Lay González, A. P., & Morishigue Alva, P. N. (2021). *Estrategias de comunicación aplicadas a PYMES entre los años 2016 y 2021: Una revisión de literatura.* *Revista Ciencias y Artes* 1(2):74-86. <https://doi.org/10.37211/2789.1216.v1.n2.25>

Lema Lliguicota, L. F., Paredes Sandoval, M., Ramos Reyes, W. D., & Terán Andrade, P. E. (2017). *Comunicación organizacional.* Instituto Superior Tecnológico Corporativo Edwards Deming.
<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/501/3/comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf>

López Tejeda, V., & Pérez Guarachi, J. F. (2011). Técnicas de recopilación de datos en la investigación científica. *Revista Actualización Clínica en Medicina*, 10, 485-489.
http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=pt&pid=S2304-37682011000700008&script=sci_arttext

López Villa, J. R., & Lescay Blanco, D. M. (2023). Estrategia de comunicación para el desarrollo del lenguaje de los niños del subnivel II de Inicial. *Varona Revista Científico-Metodológica*,

(76).http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S199282382023000100001&lng=es&tling=es.

Márquez López, J. O., Burau Grain, E. E., Cevallos García, I. H., & Vásquez Orozco, J. L.

(2018). Importancia de la comunicación estratégica en la socialización del buen vivir.

Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso), 3(1), 143-162. Universidad

Técnica de Manabí. <https://www.redalyc.org/pdf/6731/673171017004.pdf>

Marulanda, C., López, L., & Cruz, G. (2018). La cultura organizacional; Factor clave para la

transferencia de conocimiento en los Centros de Investigación del Triángulo del Café de

Colombia. *Información Tecnológica*, 29(6), 245-252. [https://dx.doi.org/10.4067/S0718-](https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000600245)

[07642018000600245](https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000600245)

Medina Romero, M. Á., Rojas León, C. R., Bustamante Hoces, W., Loaiza Carrasco, R. M.,

Martel Carranza, C. P., & Castillo Acobo, R. Y. (2023). *Metodología de la investigación:*

Técnicas e instrumentos de investigación. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y

Tecnología. [https://www.researchgate.net/publication/381093628](https://www.researchgate.net/publication/381093628_METODOLOGIA_DE) METODOLOGIA DE

LA INVESTIGACION TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Mengual Recuerda, A., Juárez Varón, D., Sempere Ripoll, F., & Rodríguez Villalobos, A. (2018).

La gestión del tiempo como habilidad directiva. *3C Empresa*, (7).

<https://3ciencias.com/articulos/articulo/la-gestion-del-tiempo-como-habilidad-directiva/>

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2009). *Guía de manuales*

administrativos (última modificación en 2017). Área de Modernización del Estado.

<https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/XFEfSzPnQMukL2pexKQ1Pw>

Montes Toro, D. (2020). *La implementación y los tipos de estrategias*. Universidad San Marcos.

<https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1290/LEC%20ADM%20EMP>

[%200003%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1290/LEC%20ADM%20EMP%200003%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Moreno Jaimes, M. C. (2021). *Plan de comunicación para mejorar el flujo de información y las relaciones interpersonales del cliente interno en la compañía ESSI S.A.S para el año 2021*. [Proyecto de grado de Universidad Autónoma de Bucaramanga Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables Administración de Empresas - Modalidad dual universitaria].

https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/16697/2021_Tesis_Maria_Camila_Moreno.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Municipalidad de Pérez Zeledón. (s.f.). Oficina de la Mujer. Municipalidad de Pérez Zeledón.

https://www.perezzeledon.go.cr/index.php/municipalidad/departamentos/oficina-de-la-mujer.html?switch_to_desktop_ui=1?date=2018-03-25-07-30%27a=0?date=2018-12-05-00-00

Murillo Castro, L. (2002). La gestión del trabajo humano y la salud laboral. *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social*, 10(2), 49-55.

http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-12592002000200004&lng=en&tlng=es.

Murillo, Pacheco, H. (2010). *Curriculum, planes y programas de estudios*. [Archivo PDF].

http://online.aliat.edu.mx/adistancia/ModDisDesInstruccional/Unidad2/Lecturas/3Curriculum_planes_y_programas.pdf

Naranjo Hernández, Y., Ávila Sánchez, M., & Concepción Pacheco, J. A. (2018). Las estrategias como herramienta en el desarrollo científico de enfermería. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 22(4), 564-580. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552018000400564&lng=es&tlng=es.

- Núñez Soler, N, & González, M. L. (2020). El formato aula-taller en primaria: Incidencia en la motivación y logros de aprendizaje de los estudiantes. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 11(2), 133-155. <https://doi.org/10.18861/cied.2020.11.2.2982>
- Orellana Palomeque, D. P., Erazo Álvarez, J. C., Narváez Zurita, C. I., & Matovelle Romo, M. M. (2019). Gestión administrativa: Elemento clave para el desarrollo de las empresas deservicio de transporte. *Visionario Digital*, 3(2.2), 238-260. <https://www.cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/639>
- Orozco Blanco, I. C., Camacho Ureña, F., Rodríguez Monge, M., Elizondo Mora, J. C., Rivera Cordero, G., & Sibaja Ureña, D. (2023). *Análisis de Situación Integral de Salud en el Cantón Pérez Zeledón. Dirección Área Rectora de Salud Pérez Zeledón*. [Archivo PDF]. <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/biblioteca-de-archivos-left/documentos-ministerio-de-salud/vigilancia-de-la-salud/analisis-de-situacion-salud/analisis-de-situacion-de-salud-de-niveles-locales-2023/region-brunca/7298-asis-ars-perez-zeledon/file>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. [Archivo PDF]. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pazmay Ramos, S. G., Pardo Paredes, E. V., & Ortiz del Pino, Á. R. (2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: Una primera aproximación. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(2), 2704-2716. <https://doi.org/10.1016/j.aippr.2017.03.006>
- Poveda-Sánchez, D., & Minta-Carrillo, M. (2022). La comunicación Interpersonal del líder educativo y su incidencia en el rendimiento docente en la institución “Theo Constante”. *593 digital Publisher CEIT*, 7(1-1), 136-152. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.1-1.988>

Quaranta, N. (2019). La comunicación efectiva: Un factor crítico del éxito en el trabajo en equipo. *Enfoques*, 31(1), 21-46.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7143959>

Ramos Fuentes, M. (2018). *Gestión del tiempo: Una herramienta para mejorar nuestra productividad y calidad de vida*. Ministerio de Salud, Gobierno de Chile, Departamento de Salud Ocupacional.

<https://www.ispch.cl/sites/default/files/NotaTecnicaGestionTiempo.pdf>

Rico Bocanegra, M. (2013). Nuevas perspectivas para el estudio de las asociaciones. *Investigación Bibliotecológica*, 27(59), 203-205.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2013000100011&lng=es&tlng=es.

Ríos, E. F., Páez, H. A., & Barbos, J. F. (2020). *Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento*. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. ISBN: 978-1-951198-46-6.

<https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

Rivero Hernández, M. (2017). *La Comunicación Interna: piedra angular de la Comunicación en las organizaciones*. Research Gate.

https://www.researchgate.net/publication/320290591_La_Comunicacion_Interna_piedra_angular_de_la_Comunicacion_en_las_organizaciones

Rodríguez, C., Breña, J. L., & Esenarro, D. (2021). Las variables en la metodología de la investigación científica. *Editorial Científica 3 Ciencias*.

<https://doi.org/10.17993/IngyTec.2021.78>

Rodríguez, K. (2021). *La comunicación efectiva* (Ensayo). Asociación Universidad Privada San Juan Bautista.

https://www.researchgate.net/publication/356841621_La_Comunicacion_Efectiva

Romeu, V. L. (2015). Hacia una teoría personalista de la comunicación interpersonal. *Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(48), 188-198.

https://www.researchgate.net/publication/308707295_Hacia_una_teoría_personalista_de_la_comunicacion_interpersonal

Roncero Kengua, M. E. (2022). La comunicación administrativa en la empresa. [Artículo de opinión de Universidad Privada San Juan Bautista].

https://www.researchgate.net/publication/363662688_La_comunicacion_en_la_administracion_empresarial

Rosales Sánchez, L. (2019). Validación preliminar de un Procedimiento Normalizado de Trabajo para la Gestión Integral de la Farmacoterapia.

<https://repositorio.uo.edu.cu/bitstream/handle/123456789/1854/Tesis%20Leonardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rubio Guirado, J. A. y Mateo García, M. V. (2020). “La comunicación no verbal en la era COVID. Una revisión de la bibliografía actual” Sabir. *International Bulletin of Applied Linguistics*. 1(2), 199-217. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7685713>

Segredo Pérez, Al, García Milian, An, López Puig, P, León Cabrera, P, & Perdomo Victoria, I. (2017). Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública. *Horizonte Sanitario*, 16(1), 28-37. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74592017000100028

Soledispa Rodríguez, X. E., Pionce Choez, J. M. y Sierra González, M. C. (2022). La gestión administrativa: Factor clave para la productividad y competitividad de las

- microempresas. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 280-294.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383391>
- Suárez, E. (2024). *Fuentes primarias y secundarias: La guía definitiva*. Experto Universitario.
<https://expertouniversitario.es/blog/fuentes-primarias-y-secundarias/>
- Universidad de Costa Rica. (2021). Voz experta: La fuerza del voluntariado.
<https://www.ucr.ac.cr/noticias/2021/12/07/voz-experta-la-fuerza-del-voluntariado.html>
- Universidad Nacional. (1999). Plan Estratégico Sede Regional Brunca 1999-2005. UNA.
- Uribe Mendoza, B. I. (2017). La historia de la ciencia: ¿Qué es y para qué? *Revista Odontológica Mexicana*, 21(2), 78-80. <https://doi.org/10.1016/j.rodsmex.2017.05.001>
- Valencia Franco, E. J., & Castaño González, E. J. (2022). Comunicación organizacional y felicidad en el trabajo. *Investigación y Desarrollo*, 30(2), 191-218. Epub May 18, 2023. <https://doi.org/10.14482/indes.30.2.658.45>
- Valenzuela Peregrino, M. A., García Álvarez, A. D., y Domingo Román, G. (2024). Optimización de procesos administrativos: Estrategias para incrementar la eficiencia organizacional. *Gestión*, 2(1). 8.
<https://revistap.ejeutap.edu.co/index.php/Gestion/article/view/97>
- Ventura-León, J. L. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4) http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014&lng=es&tlng=es.
- Villasís-Keever, M. A., & Miranda-Novales, M. G. (2016). The research protocol IV: study variables. *Revista de Alergia de México*, 63(3), 303–310.
<https://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/199/350#:~:text=Las%20variables%20en%20un%20estudio,de%20los%20protocolo%20de%20investigación>

Vivanco Vergara, M. E. (2017). Los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(3), 247-252.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300038&lng=es&tlng=es.

Apéndices

**Apéndice A. Instrumento 1 encuesta: Cuestionario dirigido a colaboradores de la
Casa de la Mujer.**

Estimado/a participante:

Se agradece su participación en esta encuesta, la cual está diseñada con el propósito de recolectar información valiosa para fines de investigación. Se garantiza que sus respuestas serán confidenciales.

Atentamente,

Bach. Verónica Araya Espinoza

Bach. Madelayne Blanco Gamboa

Estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Brunca.

Instrucciones generales: Marque con una **X** en cada casilla (☐) , complete lo que se le solicita.

1. ¿Como piensa que es la relación interpersonal existente entre usted y sus compañeros de trabajo?

☐ Buena

☐ Mala

☐ Muy buena

☐ Muy mala

☐ Regular

2. ¿Cree que la comunicación con sus compañeros de trabajo facilita el intercambio de información en los procesos administrativos?

☐ Si

☐ No

Explique: _____

3. ¿Se siente satisfecho con la transmisión de información que brinda la Casa de la Mujer, como una acción para lograr las metas dentro de la organización?

☐ Nada satisfecho

☐ Muy satisfecho

☐ Poco satisfecho

☐ Totalmente satisfecho

☐ Neutral

4. ¿Considera necesario mejorar la transmisión de información como una estrategia clave para fortalecer la comunicación?

☐ Si

☐ No

5. Seleccione las estrategias que considera ayudan a la transmisión de información dentro de la organización. Puede señalar varias opciones.

☐ Reuniones individuales

☐ Esquemas de acompañamiento y
asesoramiento

☐ Evaluación de desempeño

☐ Evaluación continua y en
tiempo real

☐ Reuniones de equipo

6. Seleccione los valores que según su criterio destacan en la Casa de la Mujer:

☐ Honestidad

☐ Respeto

☐ Compromiso

☐ Solidaridad

☐ Otro: _____

7. ¿Considera que estos valores distinguen o le dan alguna identidad a la Casa de la Mujer?

☐ Si

☐ No

8. ¿Cómo lleva a la práctica estos valores dentro de la organización?

9. ¿Durante las gestiones administrativas, cuales de las siguientes técnicas de comunicación son utilizadas? Puede seleccionar varias opciones.

☐ Escritos

☐ Virtuales

☐ Orales

10. Según la técnica o técnicas de comunicación elegidas anteriormente seleccione los instrumentos de comunicación que considere que son utilizados en las gestiones administrativas. Puede seleccionar varias opciones.

Escritos	Orales	Virtuales
☐ Oficios	☐ Reuniones	☐ Documentos compartidos en línea
☐ Correos electrónicos	☐ Llamadas telefónicas	☐ Plataforma de Teams
☐ Mensajería instantánea	☐ Otro: _____	☐ Intranets corporativas o plataformas de comunicación interna
☐ Informes		☐ Otro: _____
☐ Comunicados internos		
☐ Otro: _____		

11. ¿La Casa de la Mujer posee una estructura de organización de tareas?

☐ Si

☐ No

12. ¿Usted es la persona responsable de organizar sus tareas en su área de trabajo? Si respondió que **“Si”** pase a la pregunta número 14, si respondió que **“No”** responda la pregunta 13.

☐ Si

☐ No

13. ¿Quién es la persona responsable de la organización de las tareas?

14. ¿Se establecen períodos de tiempo para la realización de tareas? Si selecciona que **“Si”** responda la pregunta número 15, si selecciona que **“No”** pase a la pregunta 16.

☐ Si

☐ No

15. Los períodos de tiempo de las actividades y tareas en su trabajo se realizan de forma:

☐ Diario

☐ Mensual

☐ Semanal

☐ Otro: _____

☐ Quincenal

16. ¿Considera que los períodos de tiempo podrían contribuir al cumplimiento de tareas en su lugar de trabajo?

☐ Si

☐ No

Especifique: _____

17. Seleccione los medios de comunicación que se utilizan para transmitir información al público. Puede marcar varias opciones.

☐ Correo electrónico

☐ Carteles impresos en papel

☐ Perifoneo

☐ Mupis

☐ Redes sociales (Facebook,
Instagram, Twitter)

☐ Llamadas telefónicas

☐ Página web

☐ Publicaciones en medios
locales (radio, televisión,
periódicos)

☐ Mensajería instantánea
(WhatsApp, Telegram)

18. ¿Cuál es el medio de comunicación que utilizan para la inscripción de talleres y por qué?

19. ¿Existen procesos administrativos definidos de manera estándar, que permitan concretar los talleres planificados por la Casa de la Mujer? Si marcó que **“Sí”**, responda la pregunta 20. Si marcó que **“No”** omita la pregunta 20.

☐ Si

☐ No

20. Explique de qué manera se determina la selección de los talleres a

implementar: _____

¡Agradecemos su tiempo y disposición para completar el cuestionario!

Su opinión es invaluable para nosotras.

Apéndice B. Cuestionario para usuarios de la Casa de la Mujer

Instrumento 2 encuesta: Cuestionario dirigido a usuarios de los talleres y beneficios que brinda la Casa de la Mujer.

Estimado/a participante:

Agradecemos su colaboración en esta encuesta, diseñada para recolectar información para fines de investigación. Las respuestas serán confidenciales.

Atentamente,

Bach. Verónica Araya Espinoza

Bach. Madelayne Blanco Gamboa

Estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Brunca.

Instrucciones generales: Marque con una **X** en cada casilla (☐) , complete lo que se le solicita en cada espacio marcado con líneas. Debe responder todas las preguntas.

1. Considera que el servicio recibido por parte del personal es:

☐ Excelente

☐ Malo

☐ Muy bueno

☐ Muy malo

☐ Bueno

2. ¿Los colaboradores escuchan atentamente a sus consultas y brindan respuestas claras?

☐ Si

☐ No

3. ¿Está usted satisfecho con la atención recibida cuando tiene una duda o consulta?

☐ Si

☐ No

Explique _____

4. Dos de los valores de la Casa de la Mujer son la “Honestidad y Respeto” ¿Considera usted se ve reflejado en la institución, por qué?

5. Otros de los valores que forman parte de esta organización son el “Compromiso y Solidaridad” ¿Considera usted se ve reflejado en la institución, por qué?

6. ¿Cuál medio prefiere que se utilice para proporcionarle información?

☐ Redes sociales

☐ De forma presencial

☐ Por medio de mensajería

☐ Correo electrónico

instantánea (WhatsApp)

☐ Página Web

☐ Estados de WhatsApp

Recomendaría otra opción:

7. ¿Cómo evaluaría el proceso de inscripción a talleres y actividades?

☐ Muy eficaz

☐ Poco eficaz

☐ Eficaz

☐ Nada eficaz

☐ Neutral

8. ¿Qué tan clara ha sido la información recibida por parte de la Casa de la Mujer para acceder a los talleres, a partir la matricula hasta la conclusión del mismo?

☐ Muy clara

☐ Poco clara

☐ Clara

☐ Confusa

☐ Neutral

Explique:_____

9. ¿Tiene alguna recomendación acerca de la atención brindada por la Casa de la Mujer?

☐ Si

☐ No

Explique:_____

¡Agradecemos su tiempo y disposición para completar el cuestionario!

Su opinión es invaluable para nosotras

Apéndice C. Lista de cotejo: Observación directa al instructor.

Instrumento 3 lista de cotejo: Observación directa al instructor de los talleres de la Casa de la Mujer.

La siguiente tabla de cotejo pretende recolectar información por medio de la observación, con el objetivo de que las investigadoras perciban la comunicación interpersonal del instructor durante los talleres impartidos.

Atentamente,

Bach. Verónica Araya Espinoza

Bach. Madelayne Blanco Gamboa

Estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Brunca.

Observación directa al instructor de los talleres					
La siguiente tabla de cotejo pretende recolectar información por medio de la observación, con el objetivo de que las investigadoras puedan percibir la comunicación de los instructores durante los talleres impartidos. La tabla cuenta con 4 indicadores, donde Siempre es la calificación máxima de 4 puntos y Nunca es la calificación mínima con 1 punto.					
Criterios de calificación	Siempre 4	Casi siempre 3	Algunas veces 2	Nunca 1	Total
Comunicación del instructor del taller					
1. Escucha atentamente cuando los participantes desean dar sus puntos de vista.					
2. Mantiene contacto visual y demuestran interés por las opiniones de los demás.					

3. Utiliza lenguaje corporal, expresiones faciales y tono de voz para complementar o enfatizar lo que dice.					
4. Logra compartir sentimientos en el aprendizaje que ofrece a los participantes del taller.					
5. La persona instructora es agradable.					
6. Se destaca el interés mutuo.					
7. Responde asertivamente las preguntas que le plantean.					
8. Abre espacios de discusión durante el taller.					
9. Es comprensible la información que trasmite el instructor.					
10. Usa un nivel adecuado del lenguaje según el público.					
11. El tono de voz es adecuado para mantener el interés y comprensión de los participantes.					
12. El instructor mantiene una postura abierta y accesible que fomente la interacción.					

¡Agradecemos su tiempo y disposición!

Su trabajo es invaluable para nosotras.

Apéndice D. Lista de cotejo: Observación directa a los colaboradores.

Instrumento 4 lista de cotejo: Observación directa a los colaboradores de la Casa de la Mujer.

La siguiente tabla de cotejo pretende recolectar información por medio de la observación, con el objetivo de que las investigadoras perciban la comunicación interpersonal de los colaboradores durante la atención a los usuarios.

Atentamente,

Bach. Verónica Araya Espinoza

Bach. Madelayne Blanco Gamboa

Estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Regional Brunca.

Observación directa a colaboradores					
La siguiente tabla de cotejo pretende recolectar información por medio de la observación, con el objetivo de que las investigadoras puedan percibir la comunicación de los colaboradores enfocados en la atención al público. La tabla cuenta con 4 indicadores, donde Siempre es la calificación máxima de 4 puntos y Nunca es la calificación mínima con 1 punto.					
Criterios de calificación	Siempre 4	Casi siempre 3	Algunas veces 2	Nunca 1	Total
Comunicación de los colaboradores					
13. Saluda de manera amable a los usuarios a iniciar la interacción.					
14. Escucha atentamente cuando los usuarios se acercan para ser atendidos.					
15. Muestra interés genuino en las necesidades del cliente.					
16. Mantiene contacto visual y demuestran interés por las opiniones de los usuarios.					
17. Utiliza un lenguaje apropiado y comprensible para el cliente.					

18. Hace uso de la cortesía verbal usando palabras como "por favor", "gracias", "disculpe", etc.					
19. Responde asertivamente las preguntas que le plantean.					
20. La información que trasmite es clara para los usuarios.					
21. El tono de voz es adecuado para atender a los usuarios.					
22. Utiliza lenguaje corporal, expresiones faciales para complementar o enfatizar lo que dice.					
23. Mantiene el contacto visual adecuado con los usuarios.					
24. Utiliza la escucha activa, asintiendo y parafraseando lo dice el cliente.					
25. Emplea el lenguaje corporal de manera positiva (sonrisa, postura abierta).					
26. Utiliza movimientos o gestos que refuerzan la comunicación con los usuarios (movimiento de las manos).					

¡Agradecemos su tiempo y disposición!

Su trabajo es invaluable para nosotras.

Apéndice E. Correo electrónico permiso de la organización

22/4/25, 9:24 a.m.

Correo de Universidad Nacional - Solicitud para realizar tesis



Veronica Araya Espinoza <veronica.araya.espinoza@est.una.ac.cr>

Solicitud para realizar tesis

Casa de la Mujer <casadelamujer98@gmail.com>

22 de marzo de 2024, 8:49

Para: Veronica Araya Espinoza <veronica.araya.espinoza@est.una.ac.cr>

Buenos días estimadas muchachas

Me permito comunicarme con ustedes, con el fin de comunicarles que su solicitud fue aceptada por la Junta Directiva de la Casa de la Mujer.

Quedo atenta a los comentarios.

Saludos cordiales;

Melany Martinez

El mar, 5 mar 2024 a las 14:32, Veronica Araya Espinoza (<veronica.araya.espinoza@est.una.ac.cr>) escribió:

¡Buenas tardes!

Somos las estudiantes Madelaine Blanco Gamboa y Verónica Araya Espinoza, estudiantes de la Universidad Nacional.

A través de este medio, les hacemos llegar esta carta de solicitud.

--



Verónica Araya Espinoza
Administración de Oficinas
Sede Región Brunca



Asociación de Mujeres Generales

ONG Sin fines de lucro

Tel. (506) 2770-1856

www.casadelamujer.or.cr