

Intervención en la industria del cine

Psicología organizacional

Sulim Delgado Seseña¹
Graciela Escamilla Castillo²
Asesor: L. P. Laszlo Egry Bulnes



Introducción

En este estudio se analizaron las relaciones existentes entre los empleados de una empresa dedicada a la exhibición de películas en la ciudad de Pachuca, así también las relaciones que cada empleado tenía con sus superiores, basándonos en el interaccionismo simbólico, por medio de la observación, así también de entrevistas realizadas a cada uno de los miembros que integran la empresa. A través del estudio se trató de conocer cuáles son las características de dichas relaciones, esta comprensión es importante, pues el bienestar de cada miembro de la empresa con relación a sus demás compañeros, así como de superiores repercutirá en la ejecución de sus labores en la empresa, así como en la producción de dicha y podrán servir como fuente emocional mutua de apoyo.

Marco teórico

La comunicación es un fenómeno que se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño.

La comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tienen en su entorno. Se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio (Fernández, 1991).

Según esta visión designa como herramientas (ibid.):

- La comunicación interna: actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización.
- La comunicación externa: actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.
- Las relaciones públicas: actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.
- La publicidad: mensajes emitidos a través de medios masivos de difusión con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización. La publicidad institucional: actividad de las relaciones públicas, que evoca en los públicos una imagen favorable de la organización.

Por su parte, Trelles asevera que “la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en

1 Egresada de la Licenciatura en Psicología. (sulim_ds@hotmail.com)

2 Egresada de la Licenciatura en Psicología. (grace.vland@hotmail.com)





la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes". (Trelles, 2004),

- Por su parte, Trelles asevera que "la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes". (Trelles, 2004),

A los efectos del presente trabajo, la comunicación organizacional será determinada como un sistema o conjunto de procesos de construcción de símbolos, significados compartidos e intercambios de información, establecidos entre los integrantes de una organización para con ellos mismos y con el entorno externo. Un subsistema en interactividad con otros que forman parte de uno mayor: la organización (Trelles, 2004).

Los procesos comunicativos implican siempre interrelaciones de personas que comparten información entre sí, a través de la construcción, emisión y recepción de mensajes. Los elementos que conforman estos procesos son la fuente, el mensaje, los canales o medios, el receptor, los efectos y la retroalimentación (Castanyer, 1997).

Habiendo definido el fenómeno, es necesario descubrir sus dimensiones de proyección: la comunicación organizacional no se produce, como ya hemos dicho, sólo a lo interno de la

entidad, sino también con el entorno, por tanto, puede hablarse de comunicación interna (aquella que se efectúa entre los miembros de una colectividad laboral) y comunicación externa (la que tiene lugar desde la organización hacia su medio exterior y viceversa (Fernández, 1991).

Operativamente se diferencian los sistemas de comunicación que se establecen en una organización en internos y externos, pero no debemos perder de vista que en realidad no hay separación entre ambos, y que lo que el público piense de una empresa se condiciona por la opinión que de la misma tengan sus trabajadores, al ser éstos el principal transmisor de la cultura empresarial (Trelles, 2004).

Funciones de la comunicación organizacional

Aunque son muchas las funciones atribuidas a la comunicación en organizaciones, nos centraremos en autores en los que prime una mirada hacia el exterior de la colectividad empresarial.

Fernando Martín Martín (1995 en Trelles, 2004) las puntualiza en tareas como coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de la organización; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que ésta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y verificar y controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias de todas las acciones de comunicación.

Para Luis Barreiro Pousa, Profesor del Centro de estudios de Técnicas de Dirección de la Universidad de la Habana, dicha materia pretende, entre otras cosas: crear una imagen exterior de la empresa, coherente con la identidad corporativa, que favorezca su posicionamiento adecuado en el mercado y



lograr una adaptación permanente a los cambios del entorno mediante el conocimiento actualizado del sector de competencia de manera tal que le permita conocer lo más exactamente posible las necesidades, deseos y comportamientos de sus usuarios actuales o potenciales; los movimientos de sus competidores y del resto de los factores del entorno que facilitan u obstaculizan la actividad empresarial, a fin de elaborar y desplegar una estrategia adecuada que le asegure el éxito. (1995 en Trelles, 2004)

Trelles (2004), se adscribe al siguiente patrón:

- Función descriptiva, investiga y expone el estado de los procesos comunicativos, o la concepción de las situaciones en los diferentes ámbitos de la organización.
- Función evaluadora, explica las razones por las cuales los diferentes ámbitos actúan de la manera en que lo hacen. Es la ponderación de los elementos que influyen en los procesos comunicacionales que se están produciendo.
- Función de desarrollo, analiza cómo reforzar aquello que ha sido evaluado como acertado y mejorar lo que fue considerado erróneo, y propone, además, la forma de realizarlo.

Justificación

Según Danny T. Quah (1998), la importancia de la economía del saber, puede observarse en tres niveles: los individuos, las empresas y los países. Esto pide a los investigadores indagar en los procesos dinámicos de las relaciones entre los miembros de las empresas. Delimitaremos el estudio en las relaciones de compañeros de trabajo y las relaciones de los mismos con sus superiores en la empresa. Teniendo como objetivo conocer cuáles son algunas características y necesidades de los miembros que incorporan la empresa y cómo se relacionan con cada uno de ellos, así también en como ellos perciben su relación y como esta actitud se ve reflejada en su medio, ya sea laboral y/o social.

Población

Se trabajó con el personal de los 8 departamentos que existen en la empresa, cada uno de los cuales se dedican a labores específicas a su área. A continuación se describen las actividades que deben realizar cada uno de ellos.

Anfitriones

Actividades:

- Recibe al público amablemente y orientarlo en lo que necesite.
- Mantiene limpias las salas.
- Organiza al público en el lobby.
- Cambia la publicidad.
- Atender el guardarropa

Empleados de dulcería

Actividades:

- Venta y cobro de golosinas, alimentos y bebidas.
- Informar al público sobre precios y promociones.
- Mantener limpia y ordenada el área de trabajo.
- Rota el producto de aparador.
- Hace inventario diario.

Taquillera

Actividades:

- Dar la bienvenida al público.
- Informar al público sobre la programación.
- Vende boletos para las funciones.
- Mantener limpia y ordenada la taquilla

Palomero

Actividades:

- Surte mercancía a los puntos de venta.
- Elabora palomitas.
- Mantiene limpia la palomera.
- Está a cargo de la barra de servicio.
- Ayuda a hacer ágil el servicio.
- Organiza y controla el almacén de dulcerías.





Operador proyccionista

Actividades:

- Arma el programa de la semana.
- Proyecta las películas.
- Da servicio y mantenimiento a los proyectores.
- Está al pendiente de la proyección.

Encargado de dulcería

Actividades:

- Inventarios y pedidos.
- Supervisa los puntos de venta.
- Supervisa y coordina al personal a su cargo.
- Atiende a proveedores y clientes.
- Desarrolla estrategias de venta.

Administrador

Actividades:

- Supervisa la operación del cine.
- Hace compras internas.
- Supervisa, capacita y coordina al personal.
- Supervisa la exhibición y la publicidad.
- Programa taquilla y dulcerías.
- Revisa condiciones de seguridad y mantenimiento.
- Cuida la imagen y elabora estrategias de promoción y ventas

Sub-administrador

Actividades:

- Supervisa la operación del cine.
- Supervisa y coordina al personal.
- Supervisa la exhibición y la publicidad.
- Programa taquilla y dulcerías.
- Atiende al público y proveedores.
- Hace inventarios y pedidos.
- Revisa condiciones de seguridad y mantenimiento.

Procedimiento

Para la realización de este estudio primeramente se hizo un contacto, administrador de la empresa, para que autorizara y supervisara el trabajo que se realizaría. Consecutivamente se realizó la presentación de las participantes con el administrador, así como con el personal

en turno para permitirnos tener facilidad además de accesibilidad por parte de los empleados y en las instalaciones de la empresa.

Se comenzó el estudio con observación no participante realizada durante 2 semanas en 4 sesiones enfocada en detectar necesidades o insuficiencias de la empresa y de los trabajadores. Se descubrió que la misión y visión de la empresa no se encontraban a la vista del público, se decidió preguntar a los trabajadores si ellos tenían conciencia de la existencia de dicha información, a lo cual respondieron que desconocían la presencia de dicho texto e incluso algunos refirieron no tener conocimiento de lo que esto era. Se solicitó con el gerente operativo que nos proporcionara el organigrama de la empresa, junto con la misión y visión, creyendo que se encontraba en su oficina, pero descubrimos que no era así, inclusive él no tenía total conocimiento sobre dichas referencias de la empresa, sin embargo refirió que si existían. Para poder tener acceso a ellas pasaron 3 sesiones justificando que no lograban localizarlas.

Durante las sesiones posteriores se decidió implementar el uso de un buzón de sugerencias donde los empleados expresarían de forma anónima aquellas fallas o recomendaciones que ellos podrían aportar y que nos sirvieran a nosotras como medio para conocer las necesidades primarias. Motivándolos a que participaran y reiterando la total confidencialidad de los resultados, conseguimos puntos clave que nos permitirían continuar con el trabajo y para complementar la información que nos proporcionaron además de tener contacto directo con los empleados, se decidió trabajar con una entrevista estructurada que nos permitiera indagar aspectos más detallados sobre las fallas de la empresa, de los departamentos, de sus superiores y compañeros; logrando una buena empatía con cada uno de los participantes se logró el objetivo y se consiguieron más datos importantes para el estudio.



Al contar con los documentos que se habíamos solicitado nos pudimos percatar de que el organigrama estaba incompleto y no se abarcaba en su totalidad a las funciones de los empleados dentro del cine, ya que en él, no se encontraban todas las áreas de trabajo y no había congruencia entre lo que estaba plasmado y lo que se realizaba realmente en el cine así que se decidió hacer modificaciones como agregarle niveles y áreas de trabajo, con lo cual se logró tener un panorama más claro sobre las funciones que cada empleado desempeña. En cuanto a la misión y visión percibimos que no cubría totalmente las expectativas del servicio que brinda el cine así que ambas se ampliaron logrando plasmar qué es realmente la empresa así como aquello a lo que se pretende llegar para satisfacción del público. Una vez que se mejoraron estos documentos, se presentó y proporcionó un organigrama en cada uno de los departamentos, explicando la finalidad e importancia de conocerlo; por otra parte se realizó la publicación visible de la misión y visión de Cinemas la empresa en el área de taquilla, lugar donde se considera visible tanto para los empleados como para los clientes que visitan el cine.

A continuación se estructuró un plan de intervención breve el cual atendió las demandas que fueron detectadas. El programa que se estructuró fue presentado al administrador para que lo revisara y autorizara junto con el gerente; se determinaron los grupos, tiempos y espacios con los que se trabajarían durante las 11 sesiones posteriores, de esta forma nos solicitaron la impartición de un taller para los empleados de todas las áreas, pidiendo tratar sobre la atención al cliente, la motivación y responsabilidad, pues los directivos refirieron que en las últimas semanas se había registrado una alza en el ausentismo de su personal.

Al finalizar se entregó el trabajo que justificara nuestra intervención, el cual incluía un marco teórico que sustentara lo que se trabajó, los

resultados que se obtuvieron con los instrumentos, el cronograma de actividades y los temas que se abordaron durante el taller que se impartió, anexando las correcciones que se hicieron al organigrama, la misión y visión de la empresa.

Instrumentos

- **Observación no participante**

Se realizó durante 4 sesiones desde un espacio donde no se interrumpiera el trabajo de los empleados, se limitaba al análisis de actividades que desempeña cada uno de los trabajadores, identificar su eficacia y eficiencia en los deberes que realiza, localizar el organigrama visible para los empleados, ubicar la misión y visión visibles al público en general, conocer la relación que existe entre compañeros y departamentos de la empresa.

- **Buzón de quejas y sugerencias**

Básicamente el buzón de quejas y sugerencias se usó como técnica para conseguir de manera anónima datos importantes que nos permitieran iniciar nuestro trabajo. Consiste en una caja pequeña perfectamente cerrada, la cual consideramos resguardar nosotras mismas para confianza de los participantes; se entregaron hojas en los departamentos suficientes para todos los trabajadores en turno, pidiendo que escribieran sus necesidades, desagrados y agrados acerca de su labor, se solicitó sinceridad, seriedad, realismo y colaboración con sus comentarios. Se les dio alrededor de 20 minutos para pensar y escribir los comentarios, tiempo que consideramos suficiente incluso para no interrumpir en sus labores. Una vez terminado ese tiempo, pasamos con la caja para recoger los papeles que ellos mismos depositarían en el buzón. Recolectadas todas las hojas en cada departamento, proseguimos a ir al área que nos fue asignada para trabajar, abrimos la caja, comentamos las respuestas





que nos encontramos, se registraron de acuerdo a la cantidad de veces que se repetían y así se obtuvo una escala de importancia a cada aspecto, permitiéndonos considerar cómo se iban a trabajar cada una, cuáles se encontraban dentro de nuestras posibilidades y algunas otras que se presentarían como sugerencias en el trabajo final que se entregó al gerente.

- **Entrevistas estructuradas**

La entrevista contiene los siguientes cuestionamientos:

Nombre:

Puesto:

Antigüedad:

¿Qué te gusta más de tu trabajo?

¿Cómo es la comunicación entre tus compañeros?

¿Cómo es la relación con tu jefe?

¿Qué te hace falta para desempeñar mejor tu trabajo?

¿Qué te gustaría que cambiara en tu área de trabajo?

¿Qué mejorarías en esta empresa?

¿Qué te molesta más de tu trabajo?

¿Cómo podrías trabajar mejor?

¿Tienes claras tus funciones?

¿Qué crees que espera la empresa de ti?

¿Estás de acuerdo con cómo se hacen las cosas?

¿Si fueras el jefe, que cambiarías?

¿Conoces la misión y visión de la empresa?

- **Dinámica de autoconocimiento y percepción que los demás tienen de mí**

Finalidad: permite un conocimiento personal y la percepción que el grupo tiene de uno.

Material: hojas blancas y lápices

Instrucciones: A cada participante se le proporciona hojas blancas y lápiz. En cada hoja escribirá su nombre, en una hoja, enlistará sus cualidades. Las demás hojas las repartirá entre sus compañeros para que cada uno escriba las cualidades que

percibe y considera tiene su compañero. Ya que hayan escrito todos, las cualidades sobre cada uno. Se comparan los resultados de cómo se percibe y como lo perciben los demás. El instructor reforzará con discurso y conclusiones.

- **Dinámica de autoevaluación**

Material: hojas blancas, lápices, hojas con los cuestionarios, hoja de reflexión y gráfica.

Instrucciones: se reparte el cuestionario entre los participantes, se les dan las indicaciones para que den su puntuación y la registren para posteriormente obtengan resultados.

- **Hoja de cuestionario**

Instrucciones: evalúa tus actividades en relación con los conceptos a continuación citados, dándoles un valor de 0 a 10 y anótalos a la derecha.

1. ...accesible. De trato, comprensión y acceso fácil, inteligible, cordial, amigable, abierto al diálogo, receptiva.
2. ...comprensible.
3. ... de buen humor. Saber verle el lado divertido de la vida. Generar entusiasmo, y facilita estrechar lazos con mis colaboradores.
4. ... justo. Reconocer aciertos y fallos, exigente y ecuánime en recompensas consigo mismo.
5. ... decidido. Sé tomar decisiones por muy difíciles que parezcan, aceptando las responsabilidades que esto conlleve.
6. ... humilde. Implica reconocer mis limitaciones, saber escuchar y pedir consejos, reconocer los errores y los aciertos, realista, con los pies en la tierra.
7. ... objetivo.
8. ...inflexible.
9. ... efectivo.
10. ... paciente.



• **Hoja de reflexión**

		Suma los valores de las preguntas	Valores
Puntos de:	Confianza	1 y 10	=
	Atención	2 y 8	=
	Espontaneidad	3 y 6	=
	Significado	4 y 7	=
	Si mismo	5 y 9	=

Análisis de resultados

Observación no participante

Se descubrió la confusión de actividades entre los empleados.

Fallas en la comunicación y relación entre algunos departamentos.

Desconocimiento y ausencia de organigrama, misión y visión de la empresa.

Buzón de quejas y sugerencias y entrevistas estructuradas

El análisis de las respuestas que se encontraron en el buzón y complementadas con lo obtenido en las entrevistas, arrojaron lo siguiente, consideraron como sugerencias el implementar una tarjeta de puntos que contara con promociones especiales, beneficios y algunas facilidades que atrajeran más clientes; un aumento del sueldo, pues expresaron que algunos puestos gozan de un mejor sueldo que otros; se recomendó también considerar el uso exclusivo de una sala para películas de arte y proyección especial de algunos eventos deportivos para brindar variedad a los gustos de todos los clientes; contar con películas subtituladas y dobladas al español, pues al no contar con ambas, los clientes prefieren acudir a otro cine; en cuanto a rolar puestos, se debe a que algunos empleados refirieron interés por otras áreas de trabajo; en cuanto a respetar los productos, se refiere al abastecimiento suficiente de material y mercancía para cada caja en dulcería y no verse afectados por estar solicitando entre las demás cajas lo que

necesiten, pues cuando llega la hora de entregar informes de material y mercancía llegan a tener problemas en no tener buen control de lo que prestaron a sus compañeros. En cuanto al uniforme completo se refieren a brindarles prendas considerando el clima de Pachuca pues se sabe que es una ciudad con cambios bruscos de temperatura, a esto mencionan que no les permiten portar más vestimenta que el uniforme, el cual llega a ser insuficiente cuando hace frío. Sugieren el implemento de alguna sudadera o chamarra. También se recomendó el uso de algunos incentivos personales que motiven a los empleados en su compromiso con su puesto; solicitaron también alguna plática o taller de cómo tratar al cliente y mencionaron la importancia de señalización de las puertas de emergencias.

Como parte de los aspectos desagradables de los empleados sobre sus actividades o áreas de trabajo, se obtuvo:

Conflictos entre departamentos que refieren se deben a la mala relación entre algunos compañeros de trabajo, por cuestiones personales e incluso provocadas por el favoritismo para algunos compañeros por parte de los superiores, la preferencia por parte de los jefes se ha visto evidente, ocasionando en ellos disgusto, ya que la carga del trabajo es mayor que la de ellos. Las injusticias con el horario porque no se respeta, se sugirió la supervisión por parte de los jefes hacia los trabajos realizados por estas personas y la equidad en cuanto a la actividad laboral, ya que por esto han tenido que realizar ciertas labores no correspondidas a su cargo. Los empleados también mencionaron que la personalidad ciertos compañeros ha afectado la buena convivencia y el buen clima, esto fue dicho por quienes integran el área de Taquilla. Declararon que requieren cubrir ciertas necesidades en sus áreas de trabajo, como que el programa en las cajas registradoras, en el área de dulcería, taquilla y cafetería. No hay sillas o sillones el área técnica, así que pasan la





mayor parte de su jornada laboral de pie, o compartiendo sólo un banco para todos. Algunos usan los escalones como asiento, lo cual resulta incómodo para la mayoría.

Considerando aquellos aspectos que se tienen como agradables y favorables para su desempeño, los empleados nos refirieron que mantienen una buena relación con sus jefes, pues resultan ser personas accesibles, algunos empleados mencionan que tienen buena identificación con la empresa y el trabajo que desempeñan, expresan que el buen clima de trabajo que mantienen entre los miembros de su área también es un factor positivo que repercute en la ejecución de sus actividades; las posibilidades de tener acceso a ver las películas les resulta gratificante, los horarios que manejan les permiten la disposición incluir otras actividades y no se sienten limitados en aspectos sociales y personales. La colaboración por parte de la gerente de dulcería resulta de mucha utilidad, ya que se hacen los informes y cortes de caja con facilidad y rapidez, además de que expresan agrado por las playeras del uniforme, pues consideran que son cómodas y bonitas.

Plan de intervención

Objetivos

- Conseguir que los trabajadores que conforman la empresa cuenten con una comunicación más asertiva entre superiores y cada uno de los que conforman cada departamento con la finalidad de mejorar el desempeño personal y empresarial.
- Promover la identificación de cada empleado como parte importante para lograr que se lleve a cabo la misión y visión de la empresa.
- Lograr que el empleado será capaz de desempeñar un servicio más rápido y con mejor calidad.
- Favorecer las relaciones interpersonales y el compañerismo.
- Concientizar a los trabajadores de las

funciones que le corresponden y realiza cada uno y capacitarlos para un mejor desempeño de sus actividades.

- Que los empleados adquieran mayor capacidad y mejores habilidades en la relación empleado – cliente y entre compañeros.
- El empleado será capaz de conocer mejor las funciones que le corresponden.

En el área de dulcería se implementa lo siguiente:

- Trabajar con el organigrama para saber a quién se tienen que dirigir los empleados en caso de requerir algo como material, producto, etc.
- Establecer o crear alguna solución para mejorar la organización y abastecimiento de productos y materiales necesarios (vasos, cubetas y/o cajas para palomitas, etc.) así como por el respeto de los materiales de trabajo de los compañeros.
- Solicitar a los administrativos que en el programa que utilizan las cajas registradoras se les agreguen una función para que conozcan la cantidad de cambio que tienen que entregar.

Para el departamento de taquilla se trabajarán:

- Actividades que favorezcan la integración y compañerismo entre los trabajadores del área de taquilla.
- Dinámica de autoconocimiento y percepción que los demás tienen de mí.

Por su parte en el área de cafetería, se implementa lo siguiente:

- Se trabajará sobre el área en sí con la publicidad.
- Presentar las sugerencias al gerente como anuncios de los productos de cafetería en las pantallas de dulcería o en carteles en taquilla.



- Capacitar a los empleados sobre cómo promocionar los productos y combos complementando la publicidad que se haga.

Con el departamento de anfitriones se trabajará en lo siguiente:

- Exponerles las actividades que deben desempeñar.
- Trabajar sobre el cuidado y presentación de su área de trabajo así como personal.

En general, para todos los departamentos se considera:

- Trabajar con base en el organigrama, para determinar la comunicación y a quien se tienen que dirigir.
- Brindar taller o plática sobre atención al cliente.
- Dinámica de autoevaluación.

Sugerencias para el gerente

- Asignar sillones o sillas en el área de técnicos.
- Revisar las salidas de emergencia.
- Mayor publicidad de los productos de cafetería.
- Incentivos individuales a corto plazo.

- Colocar un organigrama en áreas visibles para el personal (almacén, bodegas, áreas administrativas)

Anexos

Misión

Dedicados a ofrecer un servicio de entretenimiento a nuestros clientes, satisfaciendo sus expectativas y brindando calidad y bienestar en un ambiente de respeto y seguridad, todo esto acompañado de una atención amable y personalizada por parte de los que conformamos esta empresa.

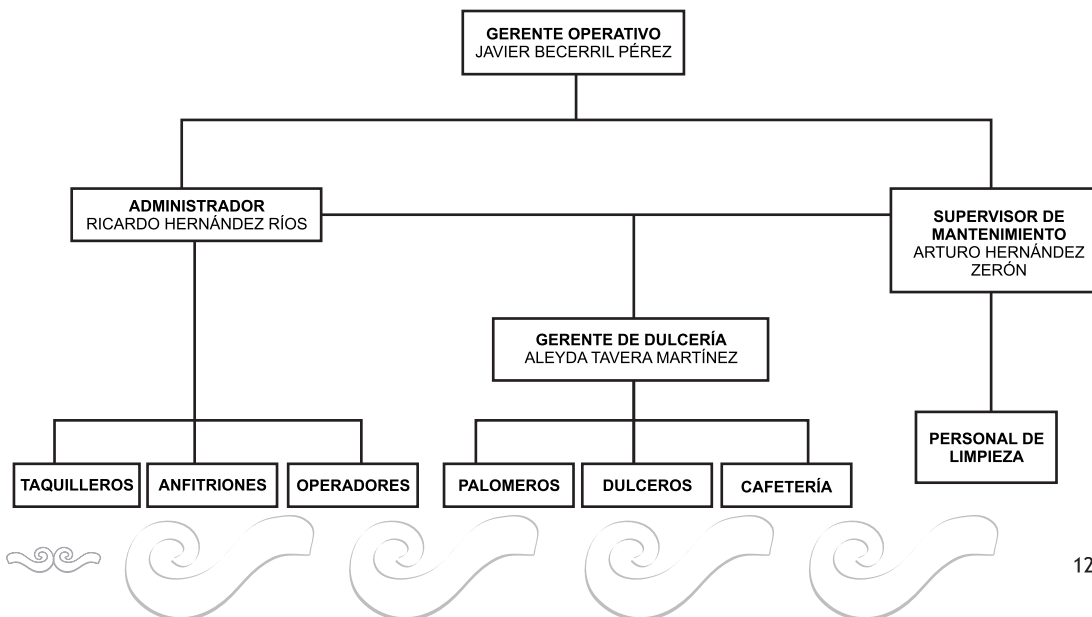
Visión

Fortalecernos como líderes en la industria cinematográfica, a través de innovaciones, mezclando vanguardia, tecnología y trabajo en equipo por parte de los que colaboramos en esta empresa.

Temática del taller

- Clima laboral
- Cliente
- ¿Qué es la asertividad?
- Motivación

Organigrama



Fuentes de consulta:

Castanyer, O. (1997). *La asertividad: expresión de una sana autoestima*. España: Ed. Desclée de Brouwer.

Fernández C. (1991). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.

Trelles, I. (2004). *Comunicación Organizacional*. México: Editorial Félix Varela.

Quah, D. (1998). *La economía del saber*. www.unesco.org

<http://gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>.

<http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/tiposdeclien.htm>.

