



**Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad Ciencias de la Comunicación
Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Previo a la obtención del Grado de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación, mención Comunicación
Organizacional y Relaciones Públicas**

Tema:

**Plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de
los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado
del cantón Junín**

Autora:

Clara Rafaela Briones Bravo

Tutor

Lic. Xavier Cedeño Guadamud, Mg.

Manta - Manabí - Ecuador

2019

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD

Los pensamientos, ideas, investigación, comentarios y resultados pertenecen exclusivamente a la autora.

CLARA RAFAELA BRIONES BRAVO

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Certifico que bajo mi dirección y asesoramiento, la señorita **CLARA RAFAELA BRIONES BRAVO**, ha elaborado el presente proyecto de investigación, titulado: **PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALCER EL TRABAJO EN EQUIPO DE LOS PÚBLICOS INTERNOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN JUNÍN**; como requisito previo para optar por el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, mención Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

**LIC. XAVIER CEDEÑO GUADAMUD, MG.
DIRECTOR DE PROYECTO**

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo va dirigido con amplio sentido de gratitud a:

Dios, por haberme dado la vida y permitirme lograr mis metas. Nada ha sido imposible con el de mi lado.

Mi familia, quienes han sido apoyo incondicional en todas las decisiones que he tomado. Son ustedes los verdaderos protagonistas de lograr este momento tan importante de mi formación profesional.

La familia Navia Peñarrieta, por acogerme como un miembro más de su familia, convirtiéndose en mi hogar durante cuatro años, en donde encontré cariño y enseñanza.

A él, por entender mis tiempos, adaptarse a mis horarios y confiar en mí cuando ni siquiera yo creía poder hacerlo.

A mis amigas, que se convirtieron en familia: Alisson, Andrea, Cinthia, Grace.

Al Lic. Xavier Cedeño Guadamud, Mg., tutor del proyecto de investigación, por su paciencia y recomendaciones, gracias a las cuales logré desarrollar un trabajo de calidad, desarrollado con compromiso y convicción de éxito.

¡GRACIAS, MI GRAN EQUIPO!

CLARA RAFAELA BRIONES BRAVO

DEDICATORIA

A Dios, junto a él no existen imposibles, con su bondad me acompañó durante todo el proceso de estudios, demostrándome que sus tiempos son perfectos.

Mis padres, quienes son guía, ejemplo y motivación. Cuando mis fuerzas se terminaban eran las suyas las que me sostenían para poder concluir con días que parecían difíciles e interminables.

Hermanos, son una de las mayores fuentes de inspiración, trato de ser una hermana mayor que los llene de orgullo, convirtiéndome en su ejemplo a seguir.

A toda mi familia, porque de una u otra forma estuvieron acompañándome en este camino de superación profesional, con oraciones, consejos y palabras de aliento.

CLARA RAFAELA BRIONES BRAVO

RESUMEN

La presente investigación está supeditada en aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

Un plan de comunicación es un proceso que se lleva a cabo para fortalecer la propuesta organizacional para mejorar interna y externamente. Es notorio resaltar que este proceso debe ser una política innata, es decir, la misma debe estar enmarcada, apegada y circunscrita en la misión y visión del organismo público y privado.

Bajo estos procesos los públicos internos se muestran eficaces en sus diversas tareas y acciones que se emprenden institucionalmente y proyecta a su vez el accionar significativamente en la sociedad donde se desenvuelve.

En la investigación se acudieron a técnicas cualitativas como cuantitativas, que ayudaron a obtener un mayor flujo de indagación desde el lugar de la investigación y en donde se ganaron resultados positivos que consintieron proponer un Plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín

Palabras claves: Plan de comunicación, trabajo en equipo, públicos internos, Gobierno Autónomo Descentralizado, cantón Junín.

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN.....	1
2.- MARCO CONCEPTUAL	2
2.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
2.3.- SITUACIÓN	4
2.4.-PREGUNTAS DERIVADAS	5
2.5.- DELIMITACIÓN ESPACIAL	6
2.6.- DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	6
2.6.1.- OBJETIVOS	7
2.7.- HIPÓTESIS	8
2.8.- JUSTIFICACIÓN	8
2.9.- BASES TEÓRICAS.....	10
2.9.1.- ESTADO DEL ARTE.....	10
3.- MARCO TEÓRICO	12
PLAN DE COMUNICACIÓN.....	12
PARA QUE SIRVE	13
ESTRUCTURA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN	15
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	17
HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN.....	18
TRABAJO EN EQUIPO.....	20

TIPOS DE EQUIPOS	22
CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO EN EQUIPOS.....	23
PÚBLICOS INTERNOS.....	25
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADOS	26
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADOS DEL CANTÓN JUNÍN	26
DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN O INSTITUCIÓN	27
PRINCIPIOS Y VALORES.....	29
4.- MARCO METODOLÓGICO.....	31
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	31
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
MÉTODOS	31
TÉCNICAS	32
RECURSOS.....	32
5.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO.....	33
ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PÚBLICOS INTERNOS DEL GAD DEL CANTÓN JUNÍN	33
6.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
6.1.- CONCLUSIONES	53
6.2.- RECOMENDACIONES.....	57
7.- PROPUESTA.....	60
TEMA DE LA PROPUESTA	60
INTRODUCCIÓN A LA PROPUESTA	60

FUNDAMENTACIÓN	61
OBJETIVO GENERAL	61
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	62
POSIBLES ACTIVIDADES.....	62
PLAN DE ACTIVIDADES	63
PRESUPUESTO	64
TIEMPO EN MESES.....	64
8.- CRONOGRAMA.....	66
9.- BIBLIOGRAFÍA	67
10.- ANEXOS	72

1.- INTRODUCCIÓN

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados del mundo están inmersos en una política global de superación institucional con miras a consolidar el progreso y bienestar de las comunidades urbanas y rurales donde se desenvuelven.

Dentro de ese conjunto de políticas institucionales que sustentan su estructura operativa de trabajo está el trabajo continuo y laborioso de su equipo interno, aquel que ayuda y fortalece su misión, visión y empoderarlo positivamente externamente haciendo conocer la obra pública ante propios y extraños.

El Gad del cantón Junín, provincia de Manabí, es un organismo seccional que trata de superar barreras económicas, administrativas y centralistas dentro de su propuesta de trabajo a la comunidad juninense.

En ese marco se desenvuelve este organismo institucional y otros que también se ubican en la misma óptica de trabajo en las diversas regiones de Manabí y el Ecuador.

En ese sentido a través de la presente investigación se trata en primera instancia el objetivo general, un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

A su vez a través de los objetivos específicos se busca conocer la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal. Así mismo, identificar canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal.

Otro de los objetivos específicos explica establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo; como también sugerir

la aplicación de un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

2.- MARCO CONCEPTUAL

2.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los planes de comunicación se convierten en el mejor esquema para que las organizaciones manejen una planificación organizada, controlada o regulada en los procesos comunicacionales.

(Sierra, 2006) Explica que un plan de comunicación es “un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicaciones, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización. Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a lo que puede llevar el trabajo día a día, el plan promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos, lo que hace es cuestionar continuamente y buscar mayor calidad”.

Por lo expuesto se deduce que los planes de comunicación permiten que los públicos internos trabajen en equipo desde una visión en común fortaleciendo la idea de proponer cambios en conjunto, adaptando una cultura de resolución de conflictos exitosos, a partir de los esfuerzos de sus participantes.

El campo empresarial evolucionó y con ello la forma de administrar las organizaciones a nivel de sociedades en el mundo, que debieron adaptarse a cambios trascendentales, entre estos se puede ejemplificar a los gobiernos municipales o ayuntamientos que hasta el momento solo se dedicaban a gestionar obras con un grupo de personas que no

estaban consolidados entre sí, en donde cada uno trabajaba independientemente, sin una organización que fuera capaz de cubrir todas las necesidades de una ciudad.

A partir de esto se dio inicio a un proceso de adaptación y evolución que hacía falta. La comunicación logró formar parte de estos espacios, y se la empezó a definir como “la red que se teje entre los elementos de una organización y que brinda su característica esencial: la de ser un sistema” (Katz & Kahn, s,f) detectando que la misma era una actividad inherente a las acciones que se realizaban en la empresa. La comunicación ya no era invisible frente a temas que se estudiaron por mucho como causantes de declives empresariales.

La comunicación se enlazó con el desarrollo empresarial y municipal y se fue expandiendo por el mundo como forma de trabajo a través de planificación y ejecución de obras corporativas y comunitarias. América Latina recibió esta influencia y la adaptó a sus nacientes empresas y organizaciones para forjar progreso y bienestar.

Es innegable el hecho de que dentro de una empresa es necesaria la capacidad de trabajar en equipo, pues es lo que logrará garantizar la permanencia dentro del mercado en el que se desarrolla, debido a que es casi imposible hablar de productividad en una empresa sino hay aprendizaje en equipo.

Partiendo de estos criterios, la presente investigación que data sobre implementar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

El escenario problemático se ubica en el Gad municipal del cantón Junín en donde la comunicación es manejada con un concepto “simple” de enviar y recibir información, dejando de lado las oportunidades que ofrece la implementación de un plan de

comunicación; que trabaje en pro de mejorar el trabajo sincrónico de sus públicos internos, fortalecimiento de las relaciones laborales, trabajo en equipo, y la retroalimentación de información rápida, actualizada y oportuna, de lo que no se ve nada como laborar de interacción.

Lo que se pretende es que se estructure un sistema para todos, de tal manera que nadie esté expuesto a la exclusión, con canales adecuados de información ascendente y descendente evitando dar paso a que se creen suposiciones, descoordinación en actividades, quiebre de relaciones laborales y falta de interés en el trabajo sinérgico, en donde además se cuente con la participación de profesionales capacitados en temas de comunicación que logren direccionar a los demás colaboradores a adaptarse a estos procesos.

Por lo tanto cabe la siguiente interrogante:

¿Cómo un plan de comunicación interna permitirá fortalecer el trabajo en equipo en el personal del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

2.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la falta de un plan de comunicación interna afecta la conducta del personal del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

2.3.- SITUACIÓN

A pesar de coexistir en una sociedad en su conjunto que avanza a la par exitosamente con la ciencia y tecnología, en muchas organizaciones públicas y privadas, el tiempo

parece no prosperar tanto en su estructura, trabajo en equipos, como interacción con la comunidad.

Bajo ese concepto se podrían citar muchas, pero en específico para determinar un ejemplo y que cabe en la presente investigación es el Gad del cantón Junín, provincia de Manabí, donde se programa aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos.

Un plan de comunicación es un proceso interno que toda organización debe establecer como parte de su política institucional. En el mismo se estructura el conjunto de políticas, estrategias, recursos y acciones comunicativas internas y externas, con ello accederá en organizar los procesos, guía y trabajo en sí para que exista un adecuado flujo de comunicación y trabajo positivo, así como rendimiento humano y profesional en las diferentes áreas institucionales.

Se espera que a través de este trabajo propositivo las autoridades del Gad Junín, encaminen por la senda del progreso y bienestar que le corresponde a esta institución de desarrollo regional en el cantón, que sea ejemplo para las otras organizaciones seccionales; que se mire de ejemplo del trabajo en equipo de los públicos internos y su proyección institucional.

2.4.-PREGUNTAS DERIVADAS

¿Considera usted indispensable aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

¿Cree usted necesario conocer la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín?

¿Es necesario identificar canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín?

¿Cree usted necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín?

¿Considera necesario sugerir la aplicación de un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

¿Cree usted que con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá el trabajo en equipo de los públicos internos positivamente en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

2.5.- DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación del proyecto se efectuó en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

2.6.- DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación acordó su realización durante el segundo semestre del año 2018 y primer semestre del año 2019.

2.6.1.- OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

2.6.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín.
- Identificar canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín.
- Establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín.
- Sugerir la aplicación de un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín

2.7.- HIPÓTESIS

Con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá el trabajo en equipo de los públicos internos positivamente en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

2.8.- JUSTIFICACIÓN

El Plan de Comunicación permite que la comunicación desarrollada por la entidad responda a criterios profesionales, a una metodología y un planteamiento estratégico y no sea simplemente una serie de acciones inconexas (Molero A. , 2005) Un plan de comunicación permitirá colaborar en el logro de los objetivos estratégicos de la empresa, manteniendo a un grupo consolidado en actividades.

La importancia de realizar este trabajo de investigación enfocado en un plan de comunicación dentro del Gad Municipal del cantón Junín reside en la necesidad de mejorar el sistema de comunicación interno, permitiendo afianzar el trabajo en equipo a través del trabajo sincronizado, con un clima laboral sano y procesos óptimos.

Así lo señala (Verganza & Ruiz, 2005) quienes expresan que “una investigación puede justificarse por su proyección social al tratar de atender a las necesidades y demandas de una sociedad o por tener resultados que pueden ser beneficiosos para el objeto de estudio de la investigación.”

Esta investigación está enfocada en mejorar las relaciones y el trabajo en equipo de los miembros que laboran en las distintas áreas de la organización, aumentando la productividad en los procesos que diariamente se ejecutan en el Gad, convirtiéndose en una oportunidad de gestión ágil con beneficios a la comunidad en donde además se

logrará proyectar esta imagen de productividad en el público externo generando comentarios positivos que además realcen la imagen de la misma.

Esta investigación permitirá gestionar la comunicación de tal manera que logre que las actividades de la empresa sean realizadas con éxito y se conviertan en efectivas.

2.9.- BASES TEÓRICAS

2.9.1.- ESTADO DEL ARTE

(Karina Lizeth Carvajal Ledesma , 2015) en su tesis de licenciatura “Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC”, desarrollada en Pontificia Universidad Católica del Ecuador, se enfocó en el estudio de las estrategias de comunicación que mejoren la cultura organizacional de la empresa, desarrollando una actitud proactiva en los trabajadores. En esta tesis el autor utilizó encuestas de carácter cuantitativo y cualitativo, las cuales se realizaron a 55 colaboradores de un total de 210.

(Medina, 2016) en la tesis de maestría “Plan Estratégico de comunicación efectiva, para mejorar el ambiente de trabajo en la escuela estatal Efraín Pérez Pérez del municipio Libertador estado Carabobo”, desarrollada en Universidad de Carabobo, presenta como objetivo general “Proponer un plan estratégico de comunicación efectiva, para mejorar el ambiente de trabajo en la escuela estatal “Efraín Pérez Pérez” del Municipio Libertador del estado Carabobo.” En esta tesis de maestría el autor utilizó una investigación de campo de carácter descriptivo, además se aplicó un cuestionario de selección simple con preguntas cerradas. La conclusión del trabajo realizado fue que la empresa maneja la comunicación oral como alternativa a la hora de comunicarse.

(Bryam Joel Veliz Gonzáles, 2018) desarrollo su trabajo de tesis con el tema “Plan de comunicación interna para fortalecer el clima laboral en la Agrícola Buenos Aires del cantón Valencia” para optar el título de licenciado en la Facultad de Comunicación Social Carrera Comunicación Social, en este trabajo se menciona que El inadecuado interés de trabajo en equipo, impide a que sus colaboradores trabajan individualmente factor por el cual no ayuda al crecimiento de la Agrícola en nivel de productividad.

(Yamid Eliécer Yepes Gallego, 2015) en su trabajo de grado “Plan de comunicaciones enfocado a mejorar los procesos de comunicación de la Corporación de Servicios del club Rotario de Itagüí”. Para optar el título de Comunicador y Periodista, avalado por la Corporación Universitaria Lasallista Facultad de Ciencias Sociales y Educación Comunicación y Periodismo, en este se plantea que para lograr proyectar una buena imagen externamente se necesita fortalecer el trabajo que se desempeña dentro comunicacionalmente.

(Erika Estefania Estrella Pantoja, 2016), a través de su proyecto de investigación titulado “propuesta de plan estratégico de comunicación interna para la Unidad Educativa Santa María Mazzarello – Quito”, demuestra que el objetivo principal de un plan de comunicación interno es lograr que todos los miembros de una institución contribuyan a un mismo fin, logrando los objetivos corporativos y creando vínculos entre los miembros de la organización. Este proyecto se lo realizo en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Facultad de Comunicación, Lingüística Y Literatura Escuela De Comunicación, previo a la obtención del título de licenciada en comunicación con mención en Organizacional.

3.- MARCO TEÓRICO

Plan de comunicación

Para entender la importancia que tiene un plan de comunicación en el fortalecimiento del trabajo en equipo de los públicos internos es necesario conocer la opinión de teóricos que en investigaciones similares lograron profundizar este tema de manera rigurosa y explicativa para alcanzar un marco teórico con conceptos fehacientes que contengan un alto grado de validez.

El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización, el cual ayuda a organizar los procesos de comunicación y guiar el trabajo comunicativo, facilitando la orientación y evitando la dispersión a la que puede llevarnos el trabajo día a día, por tanto, este promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos. (Plataforma del Voluntariado España , 2007)

(Fernandez, 2007) Se refiere al plan de comunicación como un “documento que recoge cuales son los objetivos comunicativos de una organización para un periodo de tiempo concreto y la manera en que piensan satisfacerlos” (p. 240).

Por lo tanto trabajar mediante la guía del plan comunicacional logra una cohesión entre los integrantes de la organización en torno a estos objetivos.

El plan estratégico establece una práctica efectiva de la comunicación interna, puede incluir un canal de comunicación o varios. Asimismo es una forma de crear un buen clima de trabajo y establecer una forma de actuar acorde con los requerimientos del proyecto empresarial y del plan de negocios de la compañía.

Basado en lo anterior se deduce que no puede existir una comunicación idónea sino utilizamos las estrategias adecuadas, definiendo de forma metódica los objetivos que se deben cumplir, que se direcciona a una comunicación sincronizada con información veraz y el logro de una retroalimentación en un tiempo oportuno.

Finalmente (Molero, 2005) fundamenta que un Plan de comunicación es la base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades, que se dirige a numerosos tipos de públicos y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro.

Para que sirve

(Libaert , 2005) Explica que “un plan de comunicación es un método para mejorar la coherencia de las acciones al servicio de un propósito es el documento más ambicioso y estratégico”.

(Garrido, 2007) Sostiene que “el propósito fundamental de la comunicación estratégica está en orientar y unificar a las personas para agrupar sus potencialidades y considerarlas así recurso vital de la organización”.

A través de estas fundamentaciones se deduce que un plan de comunicación interna se convierte en la base para consolidar la cultura empresarial, interacción y conocimiento entre los trabajadores. Manteniendo la unidad en el área de trabajo por medio de una estrategia que contenga objetivos claros y los medios adecuados, que aumenten la productividad de la empresa.

De igual manera (Sánchez, 2019) establece que el plan de comunicación sirve para:

- Apuntar a las líneas estratégicas que permitan transmitir la realidad de la política global a los públicos.
- Establecer un conjunto de programas coherentes que incluyan cada uno de los circuitos de comunicación transversal, haciendo la comunicación más ágil y adecuada a las necesidades de la organización.
- Evaluar la cultura de la organización. No se trata de una acción puntual sino de mejorar la gestión y la imagen externa e interna del servicio.

Para complementar a estos teóricos se cita a (Molero, 2005) quien determina que los propósitos fundamentales de un programa de esta índole son:

- Fundamentar y favorecer la toma de decisiones con respecto a la comunicación.
- Eliminar posibles disonancias entre imagen deseada, proyectada y percibida.
- Optimizar la gestión estratégica de la imagen y la comunicación.
- Potenciar y/o inducir a una valoración positiva de la entidad y de sus proyectos por parte de sus públicos prioritarios.
- Fijar el orden de prioridades comunicativas.
- Favorecer la presencia mediática de los proyectos de la organización.

Un plan de comunicación se convierte en una hoja de ruta para lograr que todos los departamentos de la empresa sincronicen sus actividades a través de una comunicación oportuna, facilitando el desarrollo de actividades de una forma organizada y enfocada en objetivos concretos.

Estructura de un plan de comunicación

Según (Rivera, s.f.) “El plan de comunicación tiene dos características básicas, debe ser técnico y creativo. Técnico porque debe seguir unas pautas de elaboración y ejecución que permitan evaluarlo aislada y comparativamente. A su vez debe ser creativo para dotar al comportamiento de la empresa de las connotaciones necesarias para identificarla, distinguirla y destacarla entre los de su sector y sobre todo con respecto a su competencia”.

La estructura de un plan de comunicación no es estático, este puede cambiar dependiendo la necesidad de la empresa, por lo tanto debe ser diseñado de acuerdo a la dimensión y características de la misma.

(Yepes, 2015) asegura que “La realización de todo plan de comunicaciones inicia cuando definimos qué es lo que queremos obtener, cuáles son nuestros objetivos, es necesario estudiar y elegir el público al que va ir dirigida comunicación. Debemos seleccionar también los medios apropiados, su frecuencia de utilización, realizar el presupuesto ejecutar el plan de medios y medir su impacto.”

A continuación se presenta una estructura obtenida de (emprende pyme , 2016) en donde determina que los pasos para elaborar un plan eficaz y confiable de la comunicación interna son los siguientes:

Fijar objetivos. La dirección de la empresa, además de creer firmemente en la comunicación interna, deberá estipular junto a la figura encargada de la comunicación interna cuales son los objetivos que se pretenden conseguir con el plan.

Delimitar el público objetivo del plan. Conocer a quién va destinado para tener en cuenta las particularidades de cada grupo a la hora de elaborar la estrategia.

Analizar el funcionamiento y entorno de la compañía. Elaborar un análisis DAFO que permita conocer la realidad de la organización. En este punto también se tendría que pasar una encuesta entre los empleados y los directivos para conocer el grado de satisfacción. Es necesario conocer también las opiniones de los empleados a través de reuniones informales o charlas.

Definir acciones. Cuando las carencias están diagnosticadas hay que trazar una estrategia y concretar acciones específicas.

Implementar la estrategia. Elaborar un calendario donde se recojan las acciones propuestas para cada objetivo.

Evaluación y corrección. Una vez se pongan en marcha las acciones hay que evaluarlas para saber si son efectivas o no, y en el caso de que no lo sean, corregirlas.

Para que un plan de comunicación logre determinarse como completo es necesario que responda a las cinco interrogantes del modelo **de comunicación** de Lasswell, considerado uno de los padres de la comunicación. (Zapata L. , s.f.)

- ¿Quién?- Quién dará el mensaje, quién será el comunicador/portavoz de la empresa
- ¿Qué dice?-Cuál será el mensaje a transmitir
- ¿A quién?- Quién es el público objetivo de nuestra empresa, a quién nos dirigimos, quiénes son nuestros consumidores/usuarios
- ¿En qué canal?- Qué medios consideramos los adecuados para difundir nuestro mensaje: generalistas, sectoriales, locales, revistas.

- ¿Con qué efecto?-Cuál es el efecto que queremos causar en nuestro público: compra, que nos conozcan, ganar credibilidad.

(Yepes, 2015) nos muestra otro ejemplo de estructura de un plan de comunicación.

Índico que los puntos necesarios para elaborar un plan de comunicación eficaz y confiable son los descritos a continuación:

- Estudio del entorno: Análisis e investigación
- Objetivos
- Público objetivo
- Mensaje
- Estrategia
- Cronograma
- Presupuesto
- Control y evaluación

Estrategia de comunicación

(Moneris, 2006) dice que “La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles.

La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación.”

(Meyer, 2009) Nos explica que la estrategia siempre va acompañada de una planificación, que le permita alcanzar ventajas competitivas importantes.

A partir de lo expuesto es necesario destacar que un plan de comunicación debe tener estrategias que se enfoquen en ofrecer un beneficio efectivo y real que logre mantener el rendimiento de la empresa, basándose en las necesidades comunicacionales del público interno, es decir que responda a los desafíos y circunstancias existentes en la organización y no específicamente en lo que decida el experto en comunicación.

El rol de la estrategia de comunicación es articular una promesa corporativa para que tenga valor en diferentes sectores del mercado o comunidad, lo cual implica desplegar la estrategia corporativa ampliando las categorías diferenciales del ofrecimiento, de tal manera que pueda ser percibido y valorado por diferentes públicos. (Folgar, 2010)

Herramientas de comunicación

Estas herramientas apuntan a lograr una mejora en las relaciones laborales que contribuyan a fortalecer el clima laboral desde la comunicación efectiva permitiendo la retroalimentación de los mensajes, entre los agentes que participan en este proceso.

(Gómez, 2018) Expresa que “La comunicación interna es un valor seguro para tu negocio que supone un gran reto profesional, pues muchas empresas no saben desarrollar una política de comunicación útil con la que se logren los objetivos corporativos y estratégicos de la compañía”.

Las empresas son lo que sus trabajadores son, por ello es importante mantener un nivel alto de motivación para así poder retener a los mejores en un entorno empresarial donde

el cambio es cada vez más rápido. Para tal misión, es indispensable una buena comunicación interna. (Gómez, 2018)

Ha dividido las herramientas en tres soportes que engloban los tipos de instrumentos que se podrían utilizar en las instituciones, contando con una serie de recomendaciones y acercamientos básicos al objetivo de cada uno.

Soporte multimedia: Encontrar instrumentos que permitan la operatividad de las estrategias mediante medios escritos, visuales y sonoros.

- **Notas informativas:** son documentos que contienen noticias sobre hechos o eventos recientes o futuros de la institución, como actividades deportivas, culturales y metas.
- **Cartelera:** Consiste en un medio de información pública y general por el cual se dan a conocer acontecimientos y anuncios de importancia para todos los miembros de la institución, estos deben estar en constante actualización.
- **Memorando:** es un escrito corto por medio del cual se intercambia información entre los departamentos que hacen parte de una organización, para así comunicar algún hecho o dato. De todos modos, para el caso que nos atañe, un memorándum es una sanción o falta de un empleado que puede anexarse a su currículum y por ende afectar su vida laboral a futuro. (Montes, 2016)
- **Revistas:** Las revistas institucionales son el sitio para que lo interno, lo regional o de ámbito local, sea presentado a un público del mismo tenor. (Ochoa, 2014)

Soporte Web: se podrán observar herramientas que le permitirán el aprovechamiento de las tecnologías para la optimización y aprovechamiento de la tecnología para la optimización y efectividad de las estrategias.

- **Microblogging:** Es un medio de comunicación que busca la integración de los miembros de una organización de forma dinámica en tiempo real.
- **Wunderlist:** Su principal función es agendar una lista de tareas al gusto del usuario.
- **Chat interno:** Deben agregarse a todos los miembros de la empresa, el manejo adecuado permite ahorro en llamadas telefónicas.

Contacto directo: Si bien es cierto se podrán encontrar con herramientas que viene desarrollando en la institución es relevante establecer nuevos enfoques o establecer objetivos claros para llevarlos a cabo.

- **Encuestas:** Una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente, estas se pueden realizar personalmente por llamadas telefónicas o por correo.
- **Reuniones:** Es una actividad legítima insustituible para el logro de objetivos donde la inteligencia colectiva la necesidad de cooperación, el comprometimiento con la ejecución, el surgimiento de ideas o el intercambio de conocimientos sean factores fundamentales.
- **Jornadas de puertas abiertas:** Es una herramienta importante para invitar e integrar a la familia de los trabajadores.

Trabajo en equipo

(Landy & Conte, 2005), determinan que es el conjunto de dos o más individuos que se relacionan, son interdependientes y que se reúnen para conseguir objetivos específicos,

en donde los equipos de trabajo existentes deben de pasar por una evolución o una secuencia básica llamada modelos, varios de estos modelos de equipos deben realizar tareas específicas en un tiempo determinado, pero muchos otros siguen un esquema diferente de acuerdo a seguridad, estatus, autoestima, afiliación, poder y consecución de metas.

El trabajo en equipo es indispensable y es una fuerza impulsora básica para el éxito del negocio ya que si se realiza con calidad el cliente lo va a percibir y lo valorara. (Vernal, 2014)

Por esto el trabajo en equipo se considera una necesidad dentro de una organización, se presenta como una de las características más relevantes para lograr fluidez en los procesos administrativos, a través del trabajo sinérgico entre los miembros que colaboran en la organización, en un contexto social de complejidad y de múltiples interdependencias.

Los equipos satisfacen estas necesidades aportando la diversidad en conocimientos, habilidades y experiencias que permiten dar respuestas rápidas, flexibles e innovadoras a los problemas y retos planteados. De este modo, el éxito de las organizaciones y la producción global de conocimiento depende en gran medida de la eficacia de los equipos (Wuchty, Jones, & Uzzi, 2007)

(Franco & Reyes, 2003) Consideran que el desempeño de un equipo debe medirse en tres dimensiones:

- a) La productividad la cual tiene que ver con la forma como se satisfacen las expectativas del cliente.
- b) La satisfacción, es decir, la manera como los integrantes se sienten bien con los logros alcanzados, la forma de realizar el trabajo y el orgullo de pertenecer al grupo.

c) El crecimiento personal, entendido éste como el aprendizaje y desarrollo que logran los integrantes al trabajar unidos.

A partir de estas bases teóricas, se determina que la capacidad de resolver problemas y de proponer soluciones en un equipo es siempre superior a la de una persona, pues se trabaja con diferentes ideas tomadas desde la experiencia personal de cada miembro del equipo, obteniendo como resultado la solución de conflictos que puedan afectar el ambiente laboral.

Tipos de equipos

(Robbins & Coulter, 2007) Establecen que los grupos pueden ser formales e informales, dentro de los grupos formales se establecen comportamientos apropiados y se dirigen hacia los objetivos organizacionales. Contrario a los grupos informales que son simplemente sociales debido a que se dan de una manera espontánea en el lugar de trabajo, formándose entorno a intereses comunes.

Los equipos de trabajo pueden agruparse en distintos tipos, dependiendo de quienes los compongan, el alcance de sus objetivos, la voluntariedad u obligatoriedad de la participación en ellos y otras características, es decir que no son grupos establecidos que se definen permanentemente. (FUNLAM, 2006)

A continuación se definen cuatro de ellos, así como a sus rasgos más reveladores. (FUNLAM, 2006)

Círculos de calidad: Están integrados por un pequeño número de trabajadores que desarrollan su actividad en una misma área, junto a su supervisor, y que se reúnen voluntariamente para analizar problemas propios de su actividad y elaborar soluciones.

Equipos de progreso: También llamados “equipos de mejora” o “equipos de desarrollo”. Sus miembros se reúnen de forma no voluntaria con el propósito de resolver un problema concreto por el que han sido convocados. Una vez alcanzado el objetivo, el grupo se disuelve. Generalmente, se tratan problemas que afectan a distintas áreas de trabajo o departamentos.

Equipos de procesos: Una de las líneas de actuación con más potencialidad en la reducción de costes y el incremento de la eficacia y la eficiencia, es la gestión de los procesos. Un equipo de este tipo se centra en un proceso específico con el objetivo de mejorarlo, rediseñarlo o de operar en el mismo un cambio totalmente, una acción de reingeniería.

Equipos autónomos: Son conocidos también con el nombre de “equipos de trabajo autogestionario” o de “equipos de trabajo auto dirigidos”. Representa el grado de participación más amplio ya que, en la práctica, la dirección delega en ellos importantes funciones. El grupo adquiere una responsabilidad colectiva, administrando sus propias actividades sin interferencia de la gerencia.

Características del trabajo en equipos

Los equipos eficientes presentar una serie de propiedades, según (Verderger, 2016) en su libro *Comunícate* son:

- Buen ambiente de trabajo que empieza con la disposición de los asientos que fomenta una participación plena, donde los integrantes puedan obtener una integración completa;
- Un número óptimo de miembros, que depende de la naturaleza de la tarea y de la necesidad de asegurar una buena interacción;

- La cohesión referida en mantener unido del grupo en cuanto a la comunicación actualizada, la similitud de intereses y necesidades (homogeneidad), a las necesidades interpersonales de afecto, , inclusión y control;
- El compromiso con la tarea y con el grupo;
- Las reglas del grupo o principios de conducta establecidos o percibidos para dirigir el deber del grupo;
- El consenso que se refiere a la toma de decisiones producto de la reflexión, interacción y acuerdo total;
- La preparación de los temas de trabajo y discusión, los cuales deben ser compartidos y comunicados con anticipación con un alto grado de calidad en la información

(Cervera, 2016) además presenta una lista de las características que representa el trabajo en equipo, descritas a continuación:

- Liderazgo.
- Metas específicas, cuantificables.
- Respeto, compromiso y lealtad.
- Comunicación eficaz.
- Aprender durante el camino
- Pensamiento positivo.
- Reconocimiento.

Conforme a las condiciones actuales de competitividad en las organizaciones en un mundo globalizado, los equipos de trabajo presentan diferentes ventajas en la organización, la motivación e incremento de la productividad son una de las más

sobresalientes, aumentando la satisfacción de los colaboradores gracias a la interacción interpersonal, compartiendo habilidades de trabajo en el mismo espacio físico y virtual.

Públicos internos

Se conoce como público a los grupos sociales que conllevan intereses definidos y que poseen características determinadas como: el nivel socioeconómico, la cultura, religión, etc. (Aulestia Moreno, 2013)

El cliente interno son todos aquellos que mediante un proceso de selección y reclutamiento de personal que realizan las empresas, son elegidos y contratados para desarrollar una labor específica en un puesto de trabajo asignado, donde tendrán un jefe directo al cual rendir unos resultados y así mismo tener unos deberes y derechos como miembros activos en una organización. (Vernal, 2014)

(Albrecht) en su libro "Cliente Interno" expresa: "Si desea que las cosas funcionen afuera, lo primero que debemos hacer es que funcionen dentro". Es decir que para lograr que la institución mantenga una buena imagen corporativa es necesario empezar por mejorar internamente, un público interno satisfecho será la mejor carta de presentación para una empresa, siendo esta reflejada en la atención al cliente, y la eficiencia en la fluidez de procesos, brindando al público externo un servicio de calidad.

El cliente interno debe mostrar varias características primordiales que según (Vernal, 2014) hacen que este sea reconocido y tenga una importancia dentro de la organización; una de ellas es que el empleado es la imagen de la empresa independientemente si su función es prestar un servicio o realice otra actividad económica, otra característica importante es que siempre debe estar dispuesto a realizar su trabajo con excelencia y

responsabilidad tratando siempre de cumplir las metas propuestas llevándose a cabo con ética y profesionalidad, se puede resaltar también el trabajo en equipo, punto necesario para poder alcanzar metas y así satisfacer las necesidades del cliente externo, contar con un buen equipo de trabajo hace que los resultados sean más óptimos y se requiera de un corto tiempo en su realización.

Todas estas características deben estar visualizadas con un mismo objetivo, estrategia y sentido de pertenencia hacia la empresa. Con sistemas de calidad óptimos que ayuden a evaluar las habilidades y capacidades donde se desarrolla cada empleado, logrando una única meta que en este caso es el bienestar para el cliente interno y externo.

Gobierno Autónomo Descentralizados

El artículo 238 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que constituyen Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los concejos provinciales y los concejos regionales, y estos gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y se rigen por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. Es decir, son las instituciones que conforman la organización territorial del Estado Ecuatoriano. (Ministerio de Finanzas del Ecuador)

Gobierno Autónomo Descentralizados del cantón Junín

La estructura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Junín, se sustenta en su direccionamiento estratégico, así como las atribuciones y

competencias establecidas en la Constitución de la República, el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial- COOTAD y demás cuerpos legales que regulan la gestión de los gobiernos.

Misión: El Gobierno Municipal del Canton Junín, impulsa el desarrollo planificado y sustentable, a través de la dotación de bienes y servicios de calidad con un presupuesto distribuido en forma equitativa y respetando la biodiversidad y la diversidad cultural del cantón; además trabaja con transparencia, creando espacios para la participación ciudadana en los ámbitos ambiental, social, económico y cultural.

Visión: El Gobierno Municipal del Canton Junín, en el año 2020, es un referente en la administración pública provincial, que ha institucionalizado la práctica de una cultura de participación, concertación y corresponsabilidad entre los actores territoriales; dispone de una estructura organizacional que permite generar políticas públicas y liderazgos locales con un personal capacitado que trabaja planificadamente basado en principios y valores solidaridad, honestidad, responsabilidad, equidad, integración, participación, eficiencia, eficacia, y transparencia potenciando la economía, turismo. Comercio, agricultura, industria y artesanía, garantizando los derechos de las personas y respetando la naturaleza.

Diagnóstico de la Organización o Institución

FORTALEZAS:

- Alcalde Gestorador

- Fuerte y Reconocida Posición de prestigio
- Personal Directivo Calificado
- Servicio de Reconocida Calidad
- Ofrecer Servicios area discapacitados
- Trabajo en equipo
- Herramientas informaticas actualizadas
- Visión de desarrollo la institucion

OPORTUNIDADES:

- Amplia capacidad de Gestion
- Talento humano comprometido
- Integracion y gestion de Mancomunidad
- Territorio Maniobrable
- Sostener proyectos con ministros

DEBILIDADES:

- Falta de Comunicación de actividades Internas
- Baja dispoibilidad de herramientas de trabajo
- Falta de Análisis y seguimiento en los Procesos
- Edificio y oficinas obsoletas
- Maquinarias obsoletas
- Personal mal distribuido
- Alto indice de personal con edad Jubilar
- Apoyo de actividades que no son competencia del GAD
- Retraso de aplicar a normas MRL/MMFF y otros

- División en dignatarios por tiendas políticas
- Falta de Capacitación en temas especializados y no especializados
- Bajo presupuesto institucional

AMENAZAS:

- Entorno económico y político.
- Falta de definición de límites.
- Efecto del bajo nivel de la cultura ciudadana.

Principios y valores

- **Voluntad política y liderazgo**, para la búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer con oportunidad las expectativas ciudadanas, a base de concertación de fuerzas y de compromiso de los diferentes sectores internos de trabajo: Directivo, de apoyo y soluciones;
- **Trabajo en equipo**, dinamismo y creatividad de las autoridades y servidores para lograr una sostenida y equilibrada participación y apoyo mutuo, como la base del mejor enfrentamiento de problemas y soluciones;
- **Eficacia**, la misión, visión y objetivos de cada una de las dependencias, definirán al ciudadano como eje de su accionar dentro de un enfoque de excelencia en la presentación de los servicios y establecerá rigurosos sistemas de rendición de cuentas y evaluación de programas y proyectos con el fin de verificar, cuan acertadamente se logran los objetivos(lo planificado versus lo ejecutado), optimizando todos y cada uno de los recursos disponibles como: talento humano, materiales, económicos y naturales.

- **Eficiencia:** Se busca el perfeccionamiento de los recursos financieros, humanos y técnicos. Cumpliendo de manera adecuada las funciones asignadas a cada una de las dependencias administrativas en el Organigrama Estructural producto del Plan de Fortalecimiento Municipal. Se crearan sistemas adecuados de información evaluación y control de resultados para verificar cuan adecuadamente se utilizan.
- **Transparencia:** Todos los datos de la Administración municipal serán públicos y la Municipalidad facilitara el acceso de la ciudadanía a su conocimiento.
- **Honestidad:** Las respectivas autoridades municipales tendrán la responsabilidad por el cumplimiento de las funciones y atribuciones. Las actuaciones de cada uno, no podrán conducir el abuso de poder y se ejercerá para los fines previstos en la ley.
- **Equidad:** El compromiso de las autoridades y de las y los servidores municipales garantizaran los derechos de todos los ciudadanos sin discriminación alguna.

4.- MARCO METODOLÓGICO

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación ofrece un enfoque cualitativo y cuantitativo considerando que se basa en especificar las características del Plan de Comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín. Todo ello permite poder comprender o interpretar metodológicamente la esencia misma de la investigación.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación que se realiza es de tipo experimental porque se efectúa un balance o una comparación para conocer las características del Plan de Comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

También se basa en la investigación documental que abarca distintas fuentes de consulta de lo cual se obtuvo la información para elaborar el marco teórico y enmarcar las características del Plan de comunicación y los públicos internos en las organizaciones.

Es trascendental saber la relación positiva de las variables tanto dependiente como independiente para referir con una idea clara del tema en estudio recalando los cambios que pueden coexistir al momento de realizar la investigación.

MÉTODOS

Los métodos que se utilizaron en esta investigación son los siguientes:

Método Deductivo-Inductivo.- Por que va de lo general a lo particular. Se parte de un todo para concentrarse en un tema específico, como es el caso de Plan de Comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

MÉTODO ESTADÍSTICO.- A través de datos estadísticos se mostraron los resultados a obtenerse.

TÉCNICAS

TÉCNICAS DOCUMENTALES.- Información adquirida a través de textos, revistas y documentos existentes.

TÉCNICAS DE CAMPO.- Se obtuvieron las muestras e información desde las fuentes de investigación.

RECURSOS

Humano.- Personal para realizar visitas, encuestas, entrevistas y todo el trabajo investigativo.

MUESTRA

El presente trabajo de investigación se realizó en el Gobierno Autónomo

Descentralizado del Gad del cantón Junín, provincia de Manabí, que tiene un número explícito de empleados y trabajadores de 170, en sus diversas dependencias administrativas y laborales.

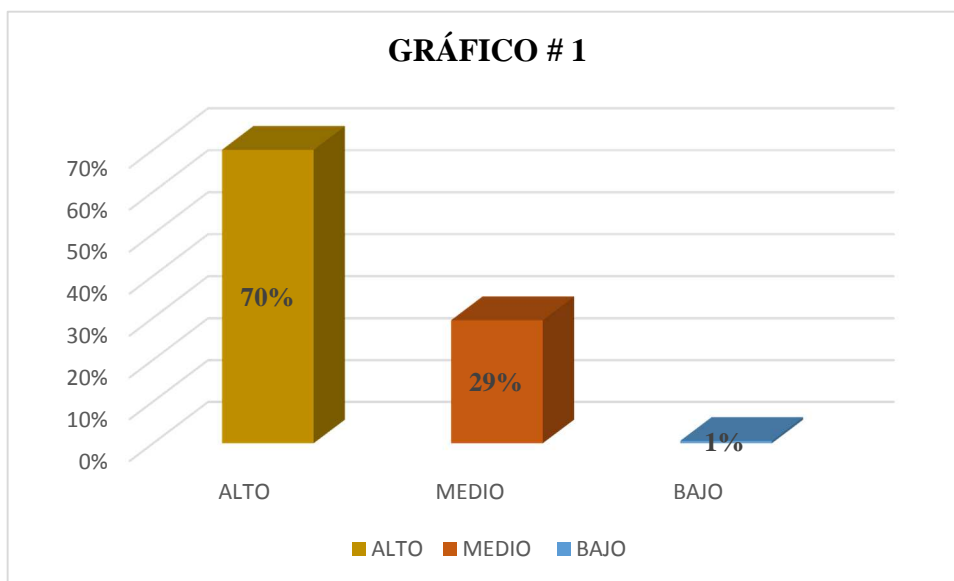
5.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PÚBLICOS

INTERNOS DEL GAD DEL CANTÓN JUNÍN

1.- ¿Está usted de acuerdo con que se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO	119	70%
MEDIO	50	29%
BAJO	1	1%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

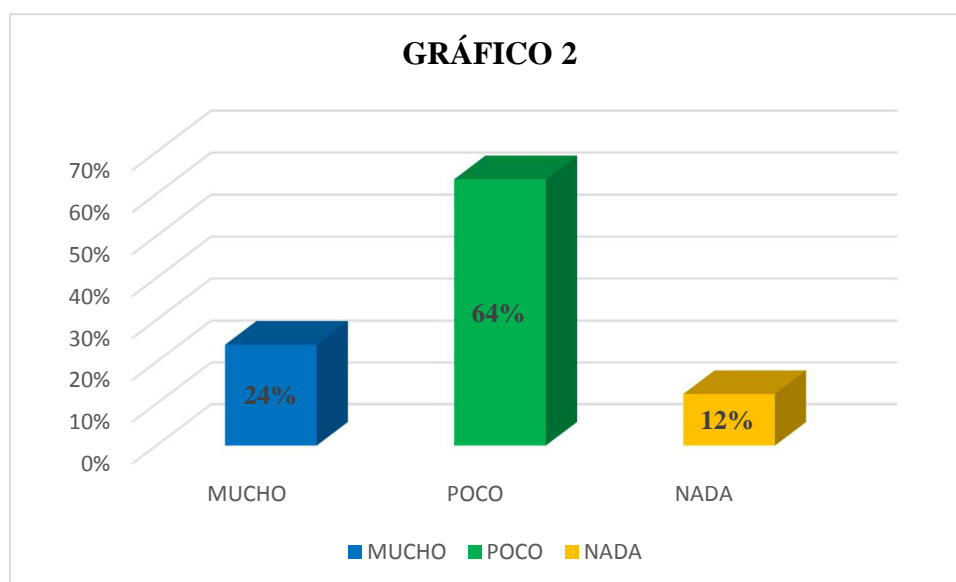
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 70% “alto” está de acuerdo en que se aplique un un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, un 29% eligió que “Medio” y un 1% que “Bajo”.

En consecuencia se demuestra que los encuestados están de acuerdo en la aplicación de un Plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín. Lo que permitirá a esta institución de desarrollo social dinamizar las relaciones interpersonales y la comunicación entre sus coasociados.

2.- ¿Conoce usted la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHO	41	24%
POCO	108	64%
NADA	21	12%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín

Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

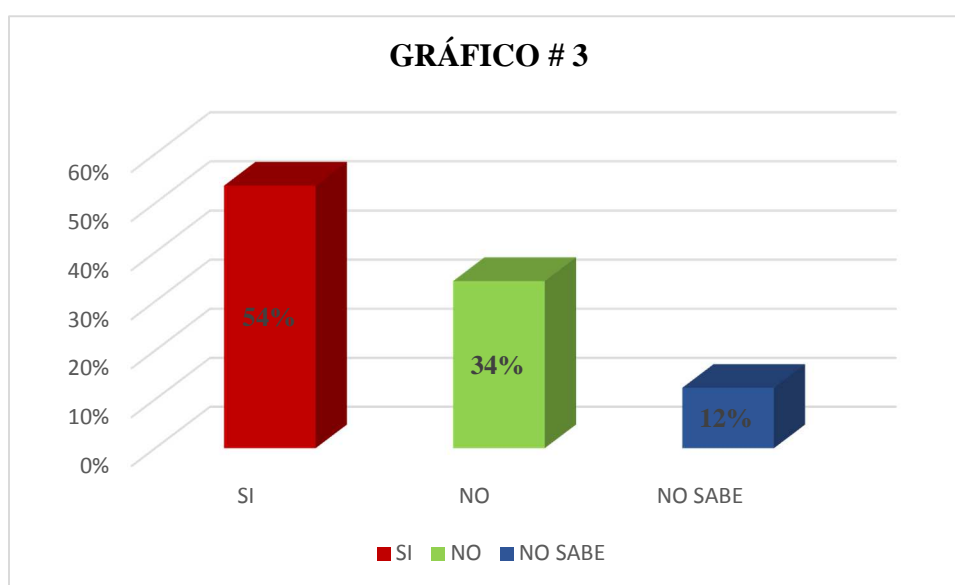
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 64% “Poco” conoce la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín, un 24% eligió que “Mucho” y un 12% que “Nada”.

Por lo tanto se expone que los encuestados tienen poco conocimiento de la factibilidad de implementación de un Plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en su contexto en el Gad municipal del cantón Junín.

3.- ¿Identifica usted los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	91	54%
NO	58	34%
NO SABE	21	12%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

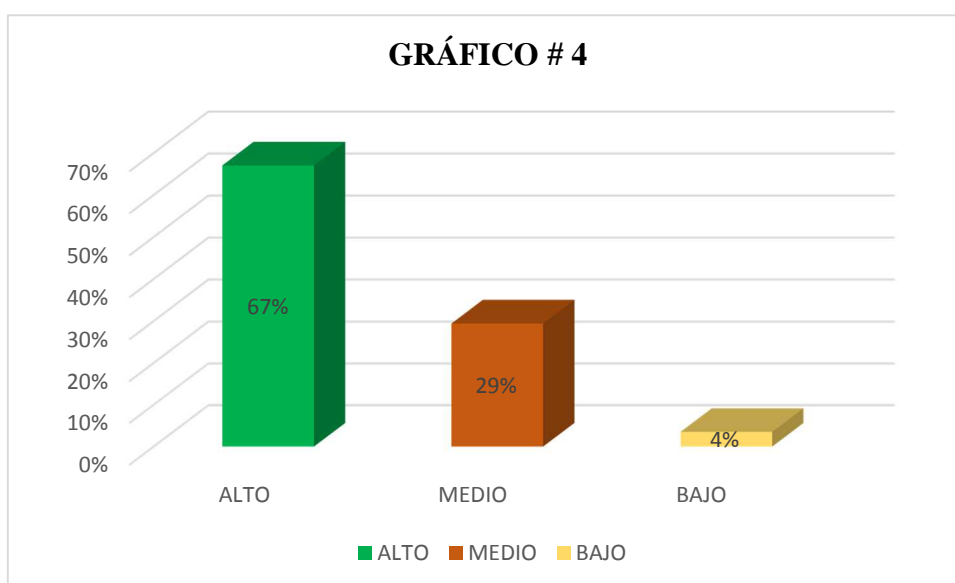
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 54% “Sí” Identifica los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín, un 34% opina que “No” y un 12% que “No Sabe”.

En consecuencia se demuestra que los miembros de esta organización identifican positivamente los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde internamente en el Gad municipal del cantón Junín. Esta característica permite que sus integrantes visualicen la oportunidad de fortalecer su imagen humana y profesional entre ellos.

4.- ¿Considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO	114	67%
MEDIO	50	29%
BAJO	6	4%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

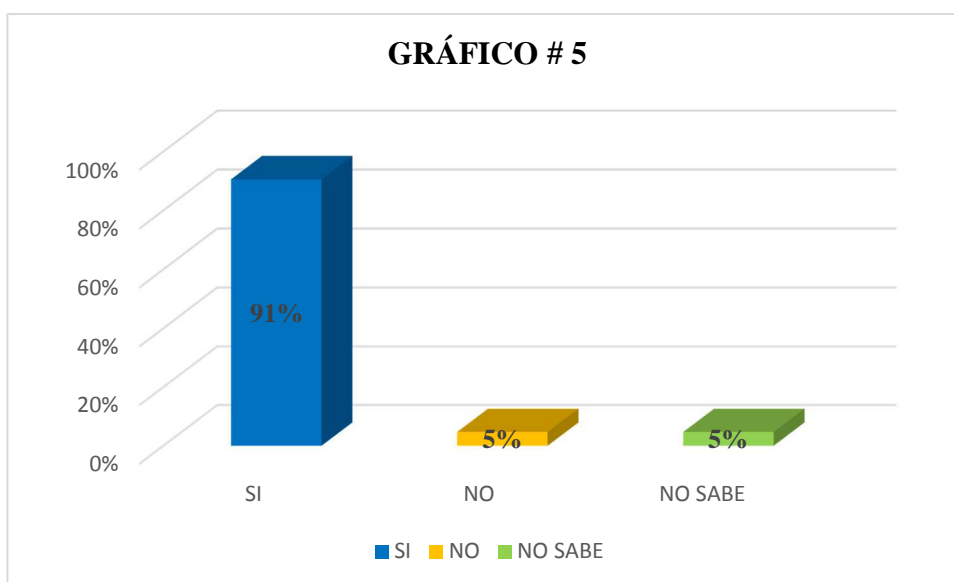
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 67% “alto” considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín, un 29% eligió que “Medio” y un 4% que “Bajo”.

Se interpreta expresando que los encuestados coinciden con la necesidad de establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín, lo que redundará en lo posterior con una eficiente imagen corporativa para esta organización de desarrollo social.

5.- ¿Sugiere usted emplear un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	154	91%
NO	8	5%
NO SABE	8	5%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

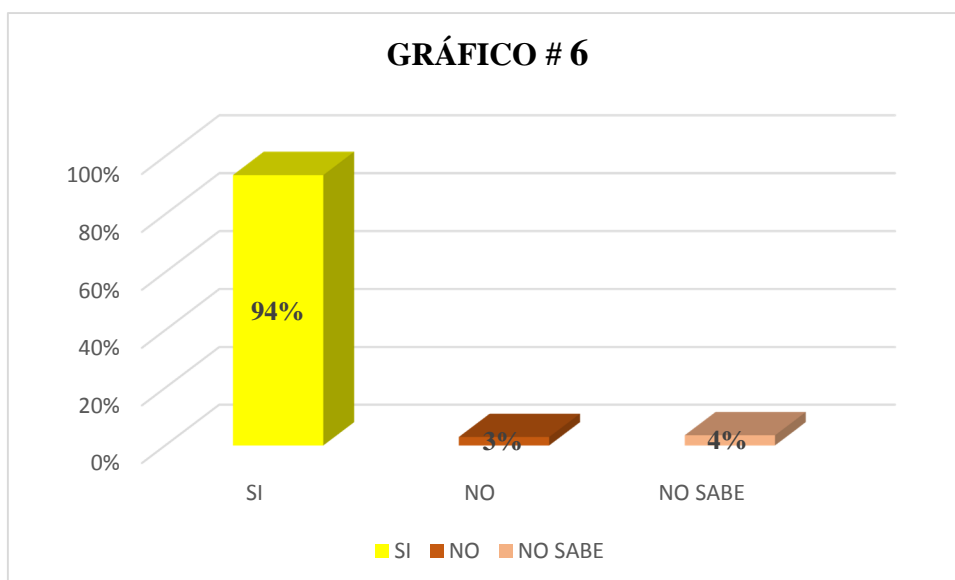
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 91% “Sí” sugiere emplear un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, un 5% opina que “No” y un 5% que “No Sabe”.

En efecto, los encuestados sugieren emplear un Plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos y de la estructura normativa del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

6.- ¿Con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá significativamente el trabajo en equipo de los públicos internos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	159	94%
NO	5	3%
NO SABE	6	4%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

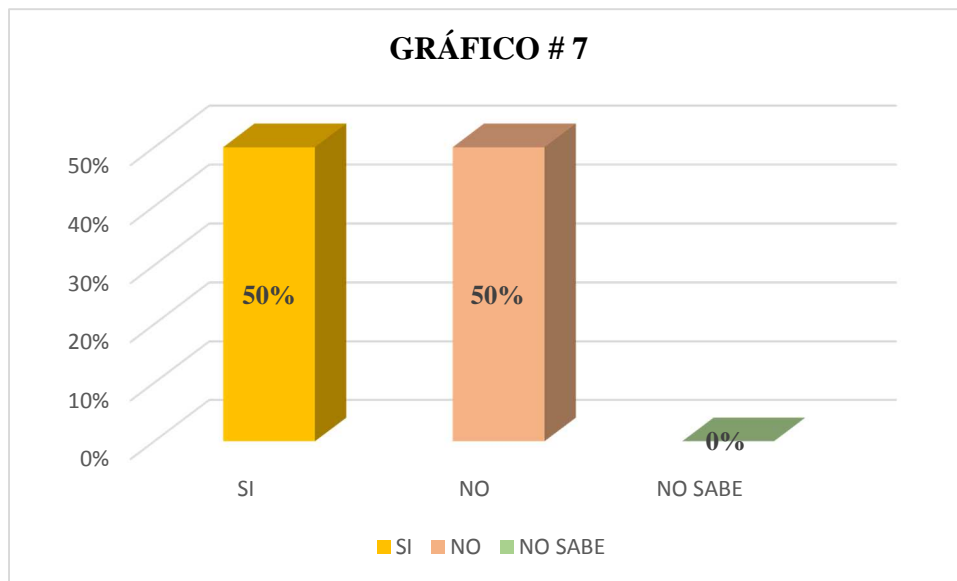
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 94% “Sí” considera que con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá significativamente el trabajo en equipo de los públicos internos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, un 3% opina que “No” y un 4% que “No Sabe”.

Se demuestra que los encuestados consideran que con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá significativamente el trabajo en equipo de los públicos internos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

7.- ¿Existen normas o políticas para el manejo de comunicación interna en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	85	50%
NO	85	50%
NO SABE	0	0%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

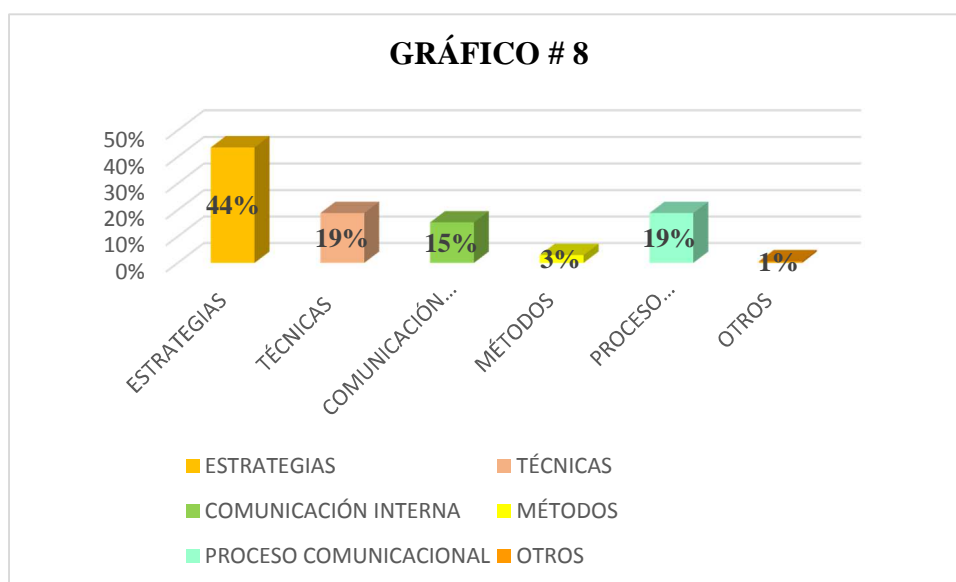
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 50% de los encuestados mencionaron que “Sí” existen normas o políticas para el manejo de comunicación interna en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, en tanto que otro 50% opina que “No” y un 0% que “No Sabe”.

Por lo expuesto se deduce que existe paralelismo de criterios en relación a la existencia de normas o políticas para el manejo de la comunicación interna en el Gad del cantón Junín, lo que demuestra la heterogeneidad de criterios sobre la estructura social y de desarrollo que debe tener la principal entidad rectora del cantón.

8.- ¿Qué es para usted un Plan de comunicación?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
ESTRATEGIAS	74	44%
TÉCNICAS	32	19%
COMUNICACIÓN INTERNA	26	15%
MÉTODOS	5	3%
PROCESO COMUNICACIONAL	32	18,8%
OTROS	1	1%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

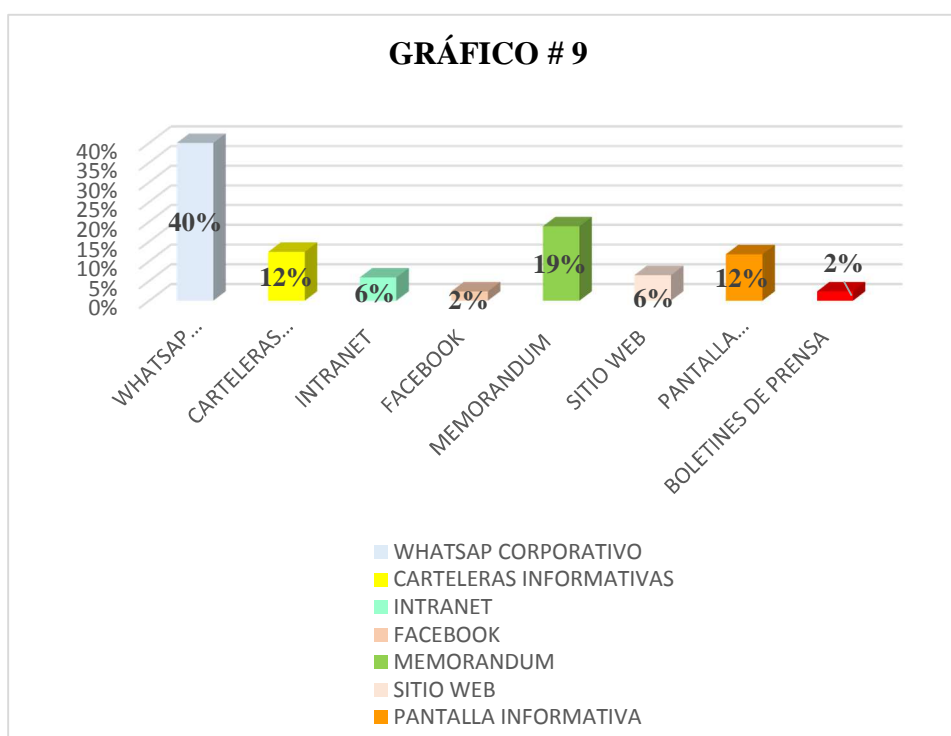
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico número ocho muestra que, el 44% de los encuestados señalaron que para ellos un plan de comunicación son “Estrategias”, un 19% eligió “Técnicas”, un 19% “Proceso comunicacional”, un 15% “Comunicación interna”, un 3% “Métodos” y un 1% otros.

En consecuencia, los públicos internos del Gad del cantón Junín consideran que un plan de comunicación en primer lugar son estrategias, seguidamente de técnicas, proceso comunicacional, comunicación interna, métodos y otros.

9.- ¿Por medio de que canal comunicacional usted se informaría mejor internamente?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
WHATSAP CORPORATIVO	68	40%
CARTELERAS INFORMATIVAS	21	12%
INTRANET	10	6%
FACEBOOK	4	2%
MEMORANDUM	32	19%
SITIO WEB	11	6%
PANTALLA INFORMATIVA	20	12%
BOLETINES DE PRENSA	4	2%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

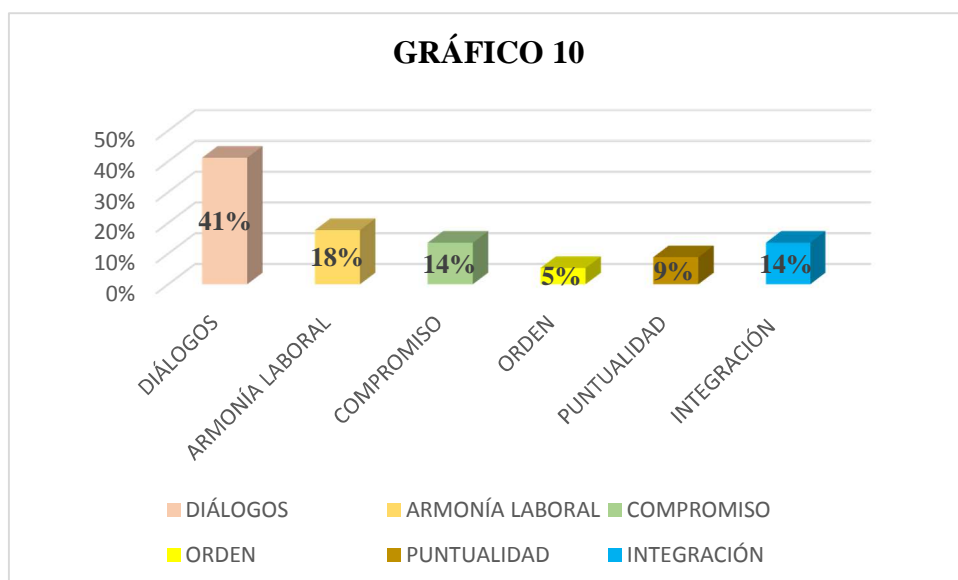
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 40% señaló “Whatsap corporativo” como canal comunicacional para informarse mejor internamente, un 19% eligió “Memorándum”, un 12% “Pantalla informativa”, un 12% “Cartelera informativa”, 6% “intranet”, 6% “sitio web”, 2% “Facebook” y un 2% “Boletines de prensa”

Se demuestra que los encuestados consideran que el mejor canal comunicacional para informarse internamente es el Whatsap corporativo, seguido de memorándum, pantallas informativas, cartelera informativa, intranet, sitio Web, Facebook y boletines de prensa.

10.- ¿De qué manera usted puede aportar en la consolidación de un plan de comunicación interno en el GAD del cantón Junín?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
DIÁLOGOS	70	41%
ARMONÍA LABORAL	30	18%
COMPROMISO	23	14%
ORDEN	9	5%
PUNTUALIDAD	15	9%
INTEGRACIÓN	23	14%
TOTAL	170	100,0%



Fuente: Públicos internos del GAD de Junín
Realizado por: Clara Rafaela Briones Bravo.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 41% señaló “Diálogos” como la mejor manera para aportar en la consolidación de un plan de comunicación interno en el GAD del cantón Junín, un 18% eligió “Armonía laboral”, un 14% “Integración”, un 14% “Compromiso”, 9% “Puntualidad”, y un 5% “Orden”.

Se demuestra que los encuestados determinan que a través del diálogo se logrará la consolidación de un plan de comunicación interno, seguido de armonía laboral, integración, compromiso, puntualidad y orden.

6.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.- CONCLUSIONES

Conclusión en relación al objetivo general, que establece: Aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

En consecuencia se concluye que con la aplicación de un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, se permitirá en esta institución de desarrollo social dinamizar las relaciones interpersonales y la comunicación entre sus coasociados.

Conclusión en relación al primer objetivo específico, que establece: Conocer la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín.

Por lo tanto se concluye que los públicos internos tienen poco conocimiento de la factibilidad de implementación de un Plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en su contexto en el Gad municipal del cantón Junín.

Conclusión en relación al segundo objetivo específico, que establece: Identificar canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín.

En consecuencia se concluye que los miembros de esta organización identifican positivamente los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde internamente en el Gad municipal del cantón Junín. Esta característica permitirá que sus

integrantes visualicen la oportunidad de fortalecer su imagen humana y profesional entre ellos.

Conclusión en relación al tercer objetivo específico, que establece: Establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín.

Se deriva que existe coincidencia con la necesidad de establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín, lo que redundará en lo posterior con una eficiente imagen corporativa para esta organización de desarrollo social.

Conclusión en relación al cuarto objetivo específico, que establece: Sugerir la aplicación de un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín

En efecto, se concluye que se debe ejecutar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos y de la estructura normativa del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

Conclusión en relación a la Hipótesis, que establece: Con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá significativamente el trabajo en equipo de los públicos internos positivamente en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

Se deduce que con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá significativamente el trabajo en equipo de los públicos internos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

Conclusión en relación al trabajo de campo:

Se deriva que se debe estar entrelazados entre todos los departamentos, considerando que, en muchas ocasiones el desconocimiento provoca que no se informe al público externo de manera idónea los procesos que se realizan dentro del municipio.

Se concluye, que es importante que todos quienes conforman el Gad Junín conozcan el departamento de comunicación, que sirve de asesoría, el desconocimiento no permite que se maneje la información en doble vía, la comunicación como interacción ha sido dejada a segundo plano, ejemplo de aquello son las reuniones realizadas en el Gad donde el departamento no es invitado.

Se interpreta que la información que se difunde internamente es a través de memorándums, es la manera de informar e informarse de las actividades que se realizarán y lo que el Departamento de comunicación debe hacer.

Se concluye que internamente en el Gad Junín se publican gacetas esporádicas, redes sociales y una revista anual.

Se concluye expresando que el plan de comunicación ayudará a fortalecer todas las áreas de la institución, mejorando la fluidez de los procesos administrativos así mismo la atención al público que brinda el Gad.

Este proceso a su ayudará a que la administración del municipio, enmarcada a brindar servicio público a la comunidad, mejore en atención a los usuarios y la fluidez en los procesos administrativos.

6.2.- RECOMENDACIONES

Recomendaciones en relación al objetivo general:

En consecuencia se recomienda que con la aplicación de un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, se permitirá en esta institución de desarrollo social dinamizar las relaciones interpersonales y la comunicación entre sus coasociados.

Recomendación en relación al primer objetivo específico:

Por lo tanto se recomienda que los públicos internos deban tener conocimiento de la factibilidad de implementación de un Plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en su contexto en el Gad municipal del cantón Junín.

Recomendación en relación al segundo objetivo específico:

En consecuencia se recomienda que los miembros de esta organización identifiquen positivamente los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde internamente en el Gad municipal del cantón Junín, lo que permitirá que sus integrantes visualicen la oportunidad de fortalecer su imagen humana y profesional entre ellos.

Recomendación en relación al tercer objetivo:

Se recomienda la necesidad de establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín, lo que redundará en lo posterior con una eficiente imagen corporativa para esta organización de desarrollo social.

Recomendación en relación al cuarto objetivo específico:

En efecto, se recomienda ejecutar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos y de la estructura normativa del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

Recomendación en relación al trabajo de campo:

Se recomienda estar entrelazados entre todos los departamentos, considerando que, en muchas ocasiones el desconocimiento provoca que no se informe al público externo de manera idónea los procesos que se realizan dentro del municipio.

Se recomienda que es importante que todos quienes conforman el Gad Junín, conozcan el departamento de comunicación, que sirve de asesoría, el desconocimiento no permite que se maneje la información en doble vía, la comunicación como interacción ha sido dejada a segundo plano, ejemplo de aquello son las reuniones realizadas en el Gad donde el departamento no es invitado.

Se exhorta que la información que se difunde internamente siga a través de memorándums, es la manera de informar e informarse de las actividades que se realizarán y lo que el Departamento de comunicación debe hacer.

Se recomienda que internamente en el Gad Junín se sigan publicando gacetas esporádicas, redes sociales y la revista anual.

Se recomienda que el plan de comunicación ayude a fortalecer todas las áreas de la institución, mejorando la fluidez de los procesos administrativos así mismo la atención al público que brinda el Gad.

Se confía que este proceso siga ayudando a que la administración del municipio, enmarcada a brindar servicio público a la comunidad, mejore en atención a los usuarios y la fluidez en los procesos administrativos.

7.- PROPUESTA

TEMA DE LA PROPUESTA

APLICAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL TRABAJO EN EQUIPO DE LOS PÚBLICOS INTERNOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN JUNÍN

INTRODUCCIÓN A LA PROPUESTA

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, es una institución rectora del desarrollo interno de la ciudad, sitios y comunidades. Su rol principal es generar obra pública que compense el sentir ciudadano, este organismo de progreso seccional ha generado trabajo y mejoras en diversos sectores.

Como en toda sociedad corporativa, tanto a nivel local como mundial, el trabajo interno de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, depende mucho del accionar de sus públicos internos, su empoderamiento en los diversos puestos de trabajo, se refleja en muchos de los casos a nivel de la ciudadanía que mira diferente la conducta y el trato que recibe de ese funcionario. En algunos casos, los directrices institucionales no capacitan a su personal laboral por cuestiones económicas, y consecuentemente la imagen corporativa de la institución decae justamente por la actitud de quienes deben proyectarla positivamente por su permanencia y estabilidad corporativa.

Considerando este antecedente por medio de la presente investigación se establece aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del gobierno autónomo descentralizado del cantón Junín, provincia de Manabí.

FUNDAMENTACIÓN

Se hace referencia en las preguntas 1, 4, 5, 6, de las encuestas realizadas en la investigación, de acuerdo a los resultados expresados en las respuestas de los públicos internos del Gad Junín, se fundamenta la propuesta en Aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del gobierno autónomo descentralizado del cantón Junín. Es decir retroalimentar el trabajo fecundo entre todos los coasociados que laboran internamente en esta institución de desarrollo social, optimizando la imagen institucional ante propios y extraños.

El Departamento de Comunicación, cumplirá un rol determinante a través de sus diversos escenarios comunicativos fortaleciendo el proceso de comunicación integral, en la misma manera en que el Gad del cantón Junín difunda los mensajes de la actividad de obra pública, dinamismo que debe ser compartido con respuestas de los empleados y trabajadores. Todo ello permitirá conocer hasta qué grado de aceptación, certeza y firmeza del trabajo en equipo de los públicos internos del gobierno autónomo descentralizado del cantón Junín mejorarán la imagen corporativa del Gad juninense.

OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explotar el desarrollo de políticas corporativas, presupuesto económico y estímulo para aplicar un plan de comunicación que permitan fortalecer el trabajo en equipo de sus públicos internos.
- Utilizar los medios y plataformas comunicacionales para concienciar a los públicos internos y fortalecer el trabajo en equipo del Gad Junín.
- Fortalecer la gestión corporativa a través de la activa participación de los públicos internos que permita insertar la gestión y obra pública que realiza el Gad Junín.

POSIBLES ACTIVIDADES

- Conversar con autoridades del Gad Junín, concejales, jefes departamentales, empleados, trabajadores y especialistas en comunicación organizacional y estrategias comunicacionales.
- Organizar sesiones de trabajo con especialistas, jefes departamentales, empleados, trabajadores del Gad y comunidad.
- Reuniones permanentes con concejales, jefes departamentales, empleados, trabajadores del Gad Junín.
- Desarrollar seminarios, talleres, conferencias, video conferencias y capacitación donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.

- Socializar la propuesta con los directivos del Gad Junín, concejales, jefes departamentales, representantes de los empleados, trabajadores y especialistas en comunicación organizacional y estrategias comunicativas.
- Hacer conocer a la comunidad del cantón Junín, a través de los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos los resultados de la propuesta.

PLAN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Elaboración de un plan de comunicación que fortalezca el trabajo en equipo de los públicos internos del Gad Junín.	Establecer políticas de comunicación y estructura organizacional del Gad Junín para consolidar la propuesta.	-Fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.	Públicos internos trabajando en concordancia con los objetivos institucionales; la misión y visión del Gad Junín.
Contratación de especialistas en Plan de comunicación y estrategias comunicacionales.	Selección de diseños de estrategias y mensajes comunicacionales para llegar a los públicos internos del Gad Junín.	-Explotar el desarrollo de políticas corporativas, presupuesto económico y estímulo para aplicar un plan de comunicación que permitan fortalecer el trabajo en equipo de sus públicos internos.	Especialistas en planes de comunicación y estrategias comunicacionales; educando e informando veraz y oportunamente a los públicos internos del Gad Junín.
Difundir contenidos en los medios de comunicación sobre la razón de ser de la propuesta.	Utilizar equipos digitales y materiales adecuados para fortalecer el diseño de una propuesta y aplicar un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del gobierno autónomo descentralizado del cantón Junín.	- Utilizar los medios y plataformas comunicacionales para concienciar a los públicos internos y fortalecer el trabajo en equipo del Gad Junín. -Fortalecer la gestión corporativa a través de la activa participación de los públicos internos que permita insertar la gestión y obra pública que realiza el Gad Junín.	Públicos internos representados a través de empleados y trabajadores trabajando adecuada, permanente y actualizada en función de su actividad laboral.

PRESUPUESTO

El presupuesto que exija la implementación, desarrollo de la propuesta y los recursos didácticos y otros materiales serán proporcionados por la coordinadora de la propuesta y que es un costo que puede variar de acuerdo a las obligaciones del programa.

IMPLEMENTACIÓN		INVERSIÓN
	Contratación de especialistas en plan de comunicación	
	Total:	1.600,00

TIEMPO EN MESES

ACTIVIDADES	RESPONSABLES	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Conversar con autoridades del Gad Junín, concejales, jefes departamentales, empleados, trabajadores y especialistas en comunicación organizacional y estrategias comunicacionales.	Especialistas y autoridades del Gad Junín.	X			
Organizar sesiones de trabajo con especialistas, jefes departamentales, empleados, trabajadores del Gad y comunidad.	Especialistas y coordinadora de la propuesta.		X		
Reuniones permanentes con concejales, jefes departamentales, empleados, trabajadores del Gad Junín.	Coordinadora de la propuesta.			X	

Desarrollar seminarios, talleres, conferencias, video conferencias y capacitación donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.	Especialistas.			X	
Socializar la propuesta con los directivos del Gad Junín, concejales, jefes departamentales, representantes de los empleados, trabajadores y especialistas en comunicación organizacional y estrategias comunicativas.	Coordinadora y especialistas.			X	
Hacer conocer a la comunidad del cantón Junín, a través de los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos los resultados de la propuesta.	Coordinadora, especialistas y autoridades del Gad Junín.				X

8.- CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	FECHAS EN MESES			
	ENERO	FEBRERO	ABRIL	MAYO
Presentación del proyecto de investigación	X			
Aprobación del proyecto de investigación	X	X		
Recolección de información bibliográfica	X	X		
Aplicación de encuestas y entrevistas		X		
Elaboración del marco teórico		X	X	
Tabulación de los datos obtenidos			X	
Redacción de conclusiones y recomendaciones			X	
Redacción del primer borrador			X	
Corrección y presentación del proyecto de investigación			X	X
Sustentación del proyecto de investigación.			X	X

9.- BIBLIOGRAFÍA

- *agencia de comunicacion.org* . (2018). Obtenido de Define tus objetivos, mensajes y canales en un plan de comunicación:
<http://www.agenciasdecomunicacion.org/buenaspracticass/define-tus-objetivos-mensajes-y-canales-en-un-plan-de-comunicacion.html>
- Albrecht, K. (s.f.). *Cliente Interno* . PAIDOS IBERICA .
- Aulestia Moreno, D. M. (2013). *Propuesta de un plan de comunicación corporativa y relaciones públicas para la Cruz Roja Ecuatoriana junta Provincial de Imbabura, orientado a dar a conocer los servicios adicionales que ofrece y fomentar la participación de la empresa privada con el fin* . Quito: Universidad de las Américas.
- Cervera, A. (2016). *Grandes Pymes*. Obtenido de Trabajo en equipo:
<https://www.grandespymes.com.ar/2011/08/23/los-equipos-de-trabajo-caracteristicas-ventajas-desarrollo-y-tipologia/>
- *emprende pyme* . (2016). Obtenido de ¿Cómo hacer un plan de comunicación interna?: <https://www.emprendepyme.net/como-hacer-un-plan-de-comunicacion-interna.html>
- Fernandez, S. (2007). *Como gestionar la comunicación en en organizaciones públicas y no lucrativas* . Madrid: España : NARCEA.
- Folgar, A. (2010). PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIVULGACIÓN DE CARRERAS QUE IMPARTE EL CENTRO DE ESTUDIOS DEL MAR Y ACUICULTURA - CEMA DE LA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. Obtenido de
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0753.pdf

- Franco, C., & Reyes, A. (2003). *Los equipos de trabajo como estrategia de diferenciación*. Obtenido de
https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/112
- FUNLAM. (2006). Obtenido de El trabajo en equipo:
<http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/EltrabajoenEquipo.pdf>
- Garcia, M., Camargo, J., Cervera, A., & Ramirez, A. y. (2010). artículos*
Correspondencia: Mónica García Rubiano, docente-investigadora, grupo de investigación comportamiento organizacional, Facultad de Psicología, Universidad Católica de Colombia. Dirección postal: Av. Caracas 46-40, Bogotá – Colombia. Correo ele. *usbbog*, 46.
- Garrido, F. (2007). *Comunicación estratégica: Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Barcelona: Gestion 2000.
- Gómez, F. (9 de Agosto de 2018). *FORBES*. Obtenido de Herramientas para mejorar la comunicación interna de tu empresa:
<http://forbes.es/business/35755/herramientas-mejorar-la-comunicacion-interna-empresa/>
- Landy, F., & Conte, J. (2005). *Psicología Industrial: Introducción a la Psicología Industrial y Organizacional*. México: McGraw-Hill.
- Libaert , T. (2005). *El plan de comunicación organizacional : cómo definir y organizar la estrategia de comunicación*. Mexico: LIMUSA.

- Meyer, J. (2009). Obtenido de Comunicación Estratégica: Nuevos horizontes de estudio.:
<http://www.razonypalabra.org.mx/Comunicaci%C3%B3n%20estr%C3%A1tegi%20ca.pdf>
- Ministerio de Finanzas del Ecuador . (s.f.). *CODIGO ORGANICO ORGANIZACION TERRITORIAL AUTONOMIA DESCENTRALIZACION*.
Obtenido de https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERRITORIAL.pdf
- Molero, A. (2005). *PLAN DE COMUNICACIÓN*.
- Monerris, A. (15 de Noviembre de 2006). Obtenido de Estrategia de comunicación : <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>
- Montes, M. (22 de Agosto de 2016). *ColConectada*. Obtenido de Ejemplo de carta Memorándum: <https://www.colconectada.com/ejemplo-de-carta-memorandum/>
- Municipio de Junin . (s.f.). Obtenido de <https://municipiodejunin.gob.ec/junin/>
- Ochoa, F. (2014). *De la importancia de las revistas institucionales*. Medellín.
Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-87052014000200001
- Plataforma del Voluntariado España . (2007). *Plan de comunicacion*. Madrid.
Obtenido de

https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf

- Quiñonez, H. (2004). *De gerencia.com*. Obtenido de La comunicación y el trabajo en equipo:
https://degerencia.com/articulo/la_comunicacion_y_el_trabajo_en_equipo/
- Rivera, X. (s.f.). *IVACE*. Obtenido de El plan de comunicación :
<http://disseny.ivace.es/es/comunicacion-e-imagen/empresa-y-comunicacion/el-plan-de-comunicacion.html>
- Robbins , S., & Coulter, M. (2007). *Administracion*. México: Pearson Education.
- Sánchez, D. (4 de Abril de 2019). *UNED* . Obtenido de Plan de comunicación interna : [file:///C:/Users/HP/Downloads/Documento\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Documento(1).pdf)
- Verderger, R. (2016). *Comúnicate* (12 ed.). (C. Learning, Ed.)
- Vernal, D. (2014). IMPORTANCIA DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO EN LAS ORGANIZACIONES. Bogota. Obtenido de IMPORTANCIA DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO EN LAS ORGANIZACIONES:
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6330/trabajo%20de%20grado%200101487.pdf?sequence=1>
- Wuchty, S., Jones, B., & Uzzi, B. (2007). *El creciente dominio de los equipos en la producción de conocimiento*. (Vol. 316).
- Yepes, Y. (2015). Plan de comunicaciones enfocado a mejorar los procesos de comunicación de la Corporación de Servicios del club Rotario de Itagüí.
Obtenido de

http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1641/1/Plan_comunicaciones_Club_Rotario_Itagui.pdf

- Zapata , L. (s.f.). *Excellentia*. Obtenido de Las 5 preguntas del Modelo de comunicación interna de Harold Lasswell: <https://www.excellentia.com.uy/las-5-preguntas-del-modelo-de-comunicacion-interna-de-harold-lasswell/>

10.- ANEXOS



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES
PÚBLICAS**

Encuesta dirigida a los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín

OBJETIVO:

Recabar información tendiente a conocer la implementación de un Plan de Comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

Estimado Joven, Señor o Señora:

Una egresada de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de: Comunicación Organizacional y Relaciones Publicas, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación y cuyo objetivo es conocer la implementación de un Plan de Comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

NOTA: Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos.

Datos Generales:

Edad: Sexo.....

Lugar de residencia:.....

Indicaciones:

Señale con una X en el casillero de la repuesta que estime conveniente.

1. ¿Está usted de acuerdo con que se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

a) Alto b) Medio c) Bajo.

2. **¿Conoce usted la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín?**

a) Mucho b) Poco c) Nada.

3. **¿Identifica usted los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín?**

a) Sí b) No c) No sabe.

4. **¿Considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín?**

a) Alto b) Medio c) Bajo.

5. **¿Sugiere usted emplear un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?**

a) Sí b) No c) No sabe.

6. **¿Con la implementación de un plan de comunicación se fortalecerá significativamente el trabajo en equipo de los públicos internos en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?**

a) Sí b) No c) No sabe.

7. **¿Existen normas o políticas para el manejo de comunicación interna en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?**

a) Sí b) No

8. ¿Qué es para usted un plan de comunicación?

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| a) Estrategias | <input type="checkbox"/> | b) Métodos | <input type="checkbox"/> |
| c) Técnicas | <input type="checkbox"/> | d) Proceso comunicacional | <input type="checkbox"/> |
| e) Comunicación interna | <input type="checkbox"/> | g) Otros. | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Por medio de que canal comunicacional usted se informaría mejor internamente?

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| a) Whatsap corporativo | <input type="checkbox"/> | b) Memorándum | <input type="checkbox"/> |
| c) Carteleras informativas | <input type="checkbox"/> | d) Sitio Web | <input type="checkbox"/> |
| e) Intranet | <input type="checkbox"/> | g) Pantalla informativa | <input type="checkbox"/> |
| f) Facebook | <input type="checkbox"/> | h) Boletines de prensa | <input type="checkbox"/> |

10. ¿De qué manera usted puede aportar en la consolidación de un plan de comunicación interno en el GAD del cantón Junín?

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| a) Diálogos | <input type="checkbox"/> | b) Orden | <input type="checkbox"/> |
| c) Armonía Laboral | <input type="checkbox"/> | d) Puntualidad | <input type="checkbox"/> |
| e) Compromiso | <input type="checkbox"/> | f) Integración. | <input type="checkbox"/> |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

Entrevista dirigida a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín

OBJETIVO:

Recabar información tendiente a conocer la implementación de un Plan de Comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

Estimada autoridad:

Una egresada de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de: Comunicación Organizacional y Relaciones Publicas, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es conocer la implementación de un Plan de Comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín.

- 1.- ¿Está usted de acuerdo en que se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?**
- 2. ¿Conoce usted la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín?**
- 3. ¿Identifica usted los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín?**
- 4. ¿Considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín?**
- 5. ¿Sugiere usted se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?**

ENTREVISTA # 1

NOMBRES: Marsella Elizabeth García Espinel

FUNCIONES: Analista de Comunicación

INSTITUCIÓN: Gad del cantón Junín

1.- ¿Está usted de acuerdo en que se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

Si, totalmente de acuerdo porque considero por la experiencia que he adquirido que es en lo primero en que fallamos, pues debemos estar entrelazados entre todos los departamentos, y en muchas ocasiones el desconocimiento provoca que no se informe al público externo de manera idónea los procesos que se realizan dentro del municipio.

2. ¿Conoce usted la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín?

Si conozco de la factibilidad. Pero es importante que todos quienes conformamos esta municipalidad la conozcamos, a pesar de que el departamento de comunicación sirve de asesoría, el desconocimiento no permite que se maneje la información en doble vía.

3. ¿Identifica usted los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín?

La información se difunde a través de memos, esta es la manera de informar e informarse de las actividades que se realizaran y a su vez de lo que el departamento debe hacer.

Además se realizan reuniones, gacetas esporádicas, redes sociales y una revista anual

Se tenía en idea realizar un mural para publicar la información pero aún no se ha logrado implementar.

4. ¿Considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín?

Si, lo primero sería reunir al personal para describir las funciones que tiene cada departamento, indicando la importancia de dotar de información al departamento de comunicación para difundir la información de las actividades que se están realizando dentro del Gad a través de boletines.

5. ¿Sugiere usted se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

Claro, nosotros hemos intentado implementarlo pero la comunicación ha sido dejada a segundo plano. Un ejemplo de esto son las reuniones realizadas en el Gad donde el departamento de comunicación no es invitado.

ENTREVISTA # 2

NOMBRES: Cesar Suárez García

FUNCIONES: Director de Desarrollo Institucional Humano

INSTITUCIÓN: Gad del cantón Junín.

1.- ¿Está usted de acuerdo en que se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

Si, totalmente de acuerdo porque este plan de comunicación va a ayudar a fortalecer todas las áreas de la institución, mejorando la fluidez de los procesos administrativos y así mismo la atención al público que brinda el Gad.

2. ¿Conoce usted la factibilidad de la implementación de un plan de comunicación, para mejorar el ambiente de trabajo en el Gad municipal del cantón Junín?

Sí, es factible pues ayudara a que la administración del municipio, enmarcada a brindar servicio público a la comunidad, mejore en atención a los usuarios y la fluidez en los procesos administrativos

3. ¿Identifica usted los canales de comunicación y el tipo de información que se difunde en el Gad municipal del cantón Junín?

El tipo de información que se maneja es a través de memorándums y oficios dentro de la institución.

Es importante implementar nuevas estrategias que agilicen el proceso de comunicación, por esto la que se utiliza actualmente necesita ser modificada, el tramite suele retrasarse por que la información llega lento de un departamento a otro.

4. ¿Considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación interna y el trabajo en equipo en el GAD Municipal del cantón Junín?

Es importante aumentar nuevas estrategias que mejoren la interacción y aceleren el proceso comunicativo.

Es necesaria que sean implementadas para que la institución logre cumplir con sus objetivos institucionales, logrando ejecutar el plan de gobierno llegando de forma eficiente con atención a la comunidad.

5. ¿Sugiere usted se aplique un plan de comunicación para fortalecer el trabajo en equipo de los públicos internos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín?

Sí, es muy importante establecerlo para fortalecer y ayudar a mejorar el ambiente de trabajo.

Con fluidez en los procesos y trabajando en equipo para obtener resultados adecuados que ayuden a potenciar al cantón con la satisfacción de la ciudadanía.

Y a través de este plan mejorar la imagen del municipio a través de la comunicación de las actividades que se realizan dentro del Gad.

FOTOS



Miembro del Gad Municipal del cantón Junín, respondiendo a la encuesta.



Miembro del Gad Municipal del cantón Junín, respondiendo a la encuesta.



Miembro del Gad Municipal del cantón Junín, respondiendo a la encuesta.