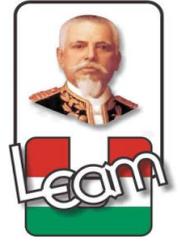




**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABI”
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER:

EL TÍTULO DE

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: MENCIÓN COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS**

TEMA

**“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN
LA RELACIÓN LABORAL DE LOS DIFERENTES
DEPARTAMENTOS DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN
MONTECRISTI”**

AUTORA

BARCIA MANTUANO FABIOLA MARIBEL

DIRECTOR DE TESIS

ABG. WILFRIDO GARCÍA MEZA

MANTA, MANABÍ, ECUADOR

2015

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Por medio de la presente informo que en calidad de Tutor he asesorado sobre el desarrollo del trabajo investigativo **“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA RELACIÓN LABORAL DE LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN MONTECRISTI.”**

para la obtención del título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Mención Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas; cuya autora es, **BARCIA MANTUANO FABIOLA MARIBEL**, egresada de la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, de la Facultad Ciencias de la Comunicación, por lo cual certifico que ha cumplido con las observaciones y recomendaciones pertinentes de su trabajo investigativo, de tal forma que puede proceder a la revisión y calificación por parte del Comité Académico de la Facultad.

Abg. Wilfrido García Meza
DIRECTOR DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

OTORGA A ESTE TRABAJO DE TITULACIÓN

La nota de.....equivalente

A.....



EL JURADO CALIFICADOR

OTORGA LA NOTA DE

.....

.....

PROMEDIO FINAL

.....

Lo certifico:

.....

SECRETARIA DE FACULTAD

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La suscrita, **BARCIA MANTUANO FABIOLA MARIBEL**, egresada de la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, de nuestra Unidad Académica, periodo lectivo 2014-2015, declaro que soy la única autora de este trabajo investigativo original e inédito que tiene como nombre **“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA RELACIÓN LABORAL DE LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN MONTECRISTI**. “Con el fin de obtener el título profesional de **Licenciada en Ciencias de la Comunicación**, Mención Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

Y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga el uso que estime pertinente con este trabajo de investigación.

FABIOLA MARIBEL BARCIA MANTUANO

DEDICATORIA.

“La paciencia y perseverancia tienen un efecto mágico con el que las dificultades desaparecen y los obstáculos se desvanecen.” **John Quincy Adams.**

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy día a día, por los triunfos y momentos difíciles, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi padre Ramón Eulogio Barcia Espinal por su apoyo y los recursos necesarios para poder terminar mi ciclo universitario.

A mi madre Mercedes Gladys Mantuano López por hacer de mí una persona de bien con sus consejos y amor.

A mis hermanos por su apoyo en no dejarme decaer en que siguiera adelante y ahora puedo decirles lo logre.

A mi querido y amado esposo José Gustavo Rodríguez Pincay quien ha sido mi impulso para poder culminar mi tesis de grado, gracias a su apoyo constante y amor incondicional y por todos sus consejos.

A mi precioso hijo Gustavo Maximiliano Rodríguez Barcia quien ha sido mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más, y para quien ningún sacrificio es suficiente, que con su luz ha iluminado mi vida te amo.

BARCIA MANTUANO FABIOLA MARIBEL

AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios y a mi familia a mi esposo y a mi hijo por darme las fuerzas necesarias ya que siempre estas a mi lado en los momentos y situaciones más difíciles siempre ayudándome para luchar y seguir adelante y así para poder culminar mi carrera universitaria gracias amor x toda tu comprensión me ayudaste hasta donde te era posible, incluso más que eso gracias mi querido y amado José.

De manera especial quiero expresar mi gratitud hacia mi Director de Tesis, Abg. Wilfrido García Meza, por su apoyo y orientación por haber sido un verdadero profesional y guía, al estar incondicionalmente siempre presto para cualquier interrogante que me surgía a la hora de elaborar mi trabajo de investigación.

A mis maestros por su disposición y ayuda brindada durante los años de estudios.

A mis amigos y compañeras de estudios quienes fueron un eje especial para poder culminar mis estudios de una manera satisfactoria la universidad a mis amigas las quiero y las llevo en mi corazón siempre gracias x compartir sus enseñanzas.

BARCIA MANTUANO FABIOLA MARIBEL

SÍNTESIS

La finalidad de esta investigación fue mejorar la comunicación organizacional, del municipio del cantón Montecristi y la importancia que representa la institución para la ciudadanía montecristenses y el país.

El objetivo general de investigación fue plantear una propuesta para mejorar la comunicación organizacional dentro del Municipio de Montecristi mejorando las relaciones laborales de los diferentes departamentos de los cuales se descienden, Diagnosticar la situación actual de la comunicación organizacional y como se manejan las relaciones publicas que tiene el municipio, identificar las estrategias de comunicación que ha manejado el Departamento de Comunicación para de esta manera fortalecer la fluidez de la comunicación y su público interno, mediante un plan de comunicación organizacional.

La presente investigación en esta institución fue porque se observó que dentro de la Institución la comunicación no era recíproca, era escasa, tensa e independiente entre sus diferentes públicos ya que no había un buen uso de aplicación de herramientas informativas y comunicacionales para que los miembros de esta institución actuaran de manera eficaz y eficiente.

Las metodologías aplicadas en la investigación fueron bibliográfica y de campo, para así dar el marco de referencia, como paso siguiente se recolectaron datos por medio de una auditoría de comunicación que consistente en encuestas, entrevistas a cada miembro de la institución

,funcionarios y departamentos, con el fin de elaborar un diagnóstico de la situación al momento de las mismas.

Se realizó una propuesta de un plan de comunicación organizacional con el fin de mejorar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.

Índice

Portada

Autorización de impresión	i
Otorga a este trabajo de titulación	ii
Declaración de autoría	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Síntesis	vi
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	8
1.-Marco teórico	8
1.1.-Comunicación	8
1.1.2.-Definición.	8
1.1.3.-Elementos de la comunicación	9
1.2.-Fines de la comunicación	10
1.3.-Comunicación organizacional	10
1.4.-Tipos de comunicación organizacional	13
1.5.-Nuevas formas de comunicación organizacional	14
1.5.1.-La Comunicación de dirección.	15
1.5.2.-La comunicación de marketing	16
1.5.3.-La comunicación organizativa.....	16
1.6.-La organización	17
1.6.1.-Estructura de una organización	20
1.6.2.-Cultura Organizacional.....	20
1.6.3.-Clima organizacional.....	22
1.6.4.-Comportamiento Organizacional.....	24
1.6.5.-Misión organizacional.....	25
1.6.6.-Visión organizacional	25
1.6.7.-Meta organizacional	25
1.6.8.-Objetivo organizacional.....	26

1.6.9.-Filosofía organizacional	26
1.6.10.-Valor organizacional.....	26
1.7.-Barreras y fallas de la comunicación organizacional.....	27
1.8.-Auditoria de comunicación organiacional.....	32
1.8.1.-La auditoría de la comunicación.	32
1.8.2.-Beneficios	35
1.9.-La comunicación organizacional para el desarrollo institucional... 36	
1.9.1.-La Comunicación interpersonal en el trabajo	36
1.9.2.-Función de la comunicación interpersonal en el trabajo	37
1.10.-Beneficios que aportan las relaciones publicas a las organizaciones.....	38
1.10.1.-Disminución de los costos.....	38
1.10.2.-Estimula la creatividad	38
1.10.3.-Eleva el índice de ventas	39
1.10.4.-Permite mejores condiciones en la obtención de créditos	39
1.10.5.- Hace posible la sobrevivencia y el desarrollo de la organización	39
1.11.-La incidencia en la relacion laboral.	40
1.12.-Relaciones laborales	40
1.13.-Tipos de relaciones laborales.....	42
1.13.1.-Según el tiempo de relación laboral.	43
1.13.2.-Según el carácter del empleador.	43
1.13.3.-Según la forma de contratar la relación laboral.....	43
1.13.4.-Según el lugar de ejecución del trabajo.	43
1.13.5.-Según la extensión de la jornada laboral.	43
1.14.-Reforma laboral	43
1.2.-Marco institucional del municipio de montecristi.....	45
1.2.1.-Historia.....	45
1.2.2.-Misión.....	47
1.2.3.-Visión	47
1.2.4.-Meta.....	48
1.2.5.-Valores Institucionales	48
1.2.6.-Ubicación Geo-estratégica.....	48

1.2.7.-Organigrama institucional de los departamentos del Municipio de Montecristi.....	50
CAPITULO II.....	51
2.1.-Proceso Metodológico	51
2.1.2.-Métodos	51
2.2.-Tipos de investigación	51
2.3.-técnicas	52
2.4.-Proceso de recopilación de Información.	53
2.5.-Procesamiento de la información	54
2.7.-Resultado de las entrevistas	56
2.8.-Resultados de la encuesta	58
2.8.1.-Análisis e interpretación de resultados	58
2.8.3.-Verificación de la hipótesis	77
CAPITULO III.....	78
3.-Propuesta	78
3.1.1.-Título de la propuesta	78
3.2.-Descripción de la propuesta.....	78
3.3.-Justificación	78
3.4.-Objetivos	79
3.4.1.-Objetivo General	79
3.4.2.-Objetivos específicos	79
3.5.-Estrategias	80
3.5.1.-Medios electrónicos (plasma, e-mail).....	81
3.5.2.-Publicación de una revista	82
3.5.3.-Las Invitaciones	83
3.5.4.-Buzón de Ideas	84
3.5.5.-Cartelera informativa	85
3.6.-Cronograma de la propuesta	86
3.7.-Beneficiarios de la propuesta	87
4.-Conclusiones y recomendaciones	88
4.3.-Bibliografía	92
4.4.-Anexos	95

INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional es una actividad consustancial es decir la vida de la organización hoy en día la información debe fluir de manera constante en los diferentes departamentos que forman parte de una institución, empresa, organización. es evidente que en ella se relacionan personas y que la información circula.

Es evidente por todos nosotros, y si no con las palabras textuales, por lo menos en esencia, que la comunicación es el proceso mediante el cual, una persona transmite información a otra persona, y es el objetivo de toda comunicación; en el caso de las empresas en particular la transmisión de información es una actividad diaria y de gran importancia, es por ello que existe la comunicación organizacional(Lcda. Karla Ivette Nuñez.)

La comunicación organizacional es una herramienta de vital importancia ya que aporta en la actualidad a la transmisión de la información para alcanzar el logro y objetivos de la organización porque la comunicación organizacional llega a permitir el conocimiento de los recursos humanos, su desarrollo en la empresa, productividad en los departamentos de trabajo de una institución.

El cantón Montecristi conocido como capital artesanal del Ecuador se destaca por la fabricación de sombreros de paja toquilla, la tagua, la cabuya los mismos que crean un gran aumento en el flujo de dinero contribuyendo al aumento de acciones comerciales, y turísticas de este cantón.

Surge la necesidad de investigar cuáles son las herramientas y que plan de comunicación organizacional el Departamento de Comunicación del municipio de Montecristi utiliza, y descubrir las falencias que tienen, y estas convertirlas por medio de la investigación en fortalezas, es decir, en estrategias que sean eficaces en la comunicación organizacional dentro de la institución.

La presente investigación se justifica para exponer las razones de la comunicación organizacional y como incide el Departamento de Comunicación entre los demás, para fortalecer las relaciones interpersonal de su público interno y mostrar una imagen favorable ante sus públicos externos mediante los servicios que ofrecen.

Esto nos conlleva a observar detenidamente el interior de la institución y poder conocer, y estudiar como circula la información dentro de ella y el medio que se utiliza para difundirla, es decir la herramientas comunicacional empleada.

La investigación comprende la comunicación organizacional como eje primordial en esta tesis, ya que ésta se forma de gran cantidad de características que exigen ser clarificadas y organizadas, incluyendo la orientación, la filosofía ,la información y la comunicación de los miembros que forman parte del municipio de Montecristi; como imagen de un cantón en vías de subdesarrollo, lo cual ayudara a obtener la atención de los turistas y de los inversionistas que visitan nuestro cantón y que aspiran invertir en él.

Así es como, al situarnos internamente en el municipio de Montecristi, descubrimos dentro de la investigación sus fortalezas y debilidades en el manejo de la comunicación organizacional. Desde allí la importancia y relevancia de examinar.

Una de las etapas de la investigación se enfocara en la definición de la comunicación organizacional, analizando como incide en los departamentos y su público interno, tomando como parámetros una auditoria de comunicación organizacional, lo cual permitirá diagnosticar, un plan de examinación para mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna de la organización y sus departamentos y así conocer el estado en que se encuentra la comunicación.

En una de las etapas de la investigación tocaremos las relaciones públicas como un factor esencial en el fortalecimiento de programas y actividades para crear y mantener buenas relaciones con sus diferentes públicos interno externo y proyectar ante ellos una imagen favorable.

El análisis planteado en la investigación tiene como finalidad crear un punto de partida para la optimización y aplicación de herramientas y técnicas comunicativas que conlleven al mejoramiento de la comunicación organizacional, involucrando al personal administrativo y funcional de la institución del Municipio de Montecristi.

Mediante esta problemática surgen diferentes interrogantes que conoceremos a través de la presente investigación:

- ✓ ¿Cuál es la situación actual de la comunicación organizacional que mantiene el municipio de Montecristi?
- ✓ ¿Qué tipo de técnicas, estrategias y herramientas de comunicación ha utilizado el Departamento de Comunicación para mejorar las relaciones de su público interno?
- ✓ ¿Cuál es el plan de comunicación que utiliza el departamento de comunicación para mejorar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi?
- ✓ ¿Las autoridades del municipio de Montecristi, ofrecen apoyo para el fortalecimiento de la comunicación organizacional y las relaciones públicas en su público interno?
- ✓ ¿Cuál es la actitud de los públicos internos con respecto a la comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

El trabajo que estamos ejecutando en esta investigación, tiene el propósito de la recopilación de información pertinente, basándose en antecedentes extraídos de la institución con la finalidad de mejorar la comunicación organizacional interna del municipio.

Se Propone al departamento de comunicación del municipio de Montecristi, la optimización de la comunicación organizacional, renovando las estrategias y técnicas, para lograr que todo su personal de cada departamento se sienta identificado con esta institución. Para ser comprobada, las técnicas a seguir, se ha aplicado una herramienta de evaluación en donde se pueda adquirir información básica y concreta del funcionamiento de la comunicación organizacional.

Nuestra investigación tiene como objetivo principal Diseñar una propuesta de un plan de comunicación, que permita mejorar la comunicación organizacional del municipio del cantón Montecristi.

En ese sentido, este estudio tiene como objetivo determinar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi, y a su vez lograr los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Diagnosticar la situación actual de la comunicación organizacional que tiene el municipio de Montecristi.
- ✓ Identificar las técnicas, y herramientas de comunicación que ha utilizado el Departamento de Comunicación para fortalecer el papel de sus públicos internos.
- ✓ Plantear herramientas comunicativas para mejorar la comunicación organizacional y las relaciones públicas del municipio de Montecristi a través de su departamento de Comunicación.

Las variables en nuestra investigación son las siguientes:

Variable Independiente: comunicación organizacional.

Variable Dependiente: Público interno del municipio de Montecristi.

Indicadores:

- Comunicación organizacional,
- Herramientas comunicativas
- Personalidad,
- Organización,
- Públicos internos,
- Publico externo

- Municipio de Montecristi.
- Medio de comunicación.
- Montecristi

Los métodos investigativos crean un gran soporte para conocer la realidad de los procesos en cuestión de su estudio y funcionamiento para la optimización.

En el presente trabajo se utilizaron los siguientes métodos:

Método Deductivo: Este método se aplicó mediante la percepción y observación de un problema, que se comprobó ante los resultados estadísticos y los problemas que presenta la comunicación organizacional.

Método Analítico - Sintético: Este método fue empleado mediante la observación y consiente en analizar y buscar soluciones a los inconvenientes existentes en la institución.

Método Estadístico: Este método accedió a obtener datos de suma importancia, la recopilación, que arrojó los resultados y garantizan una información veraz y completa.

Técnicas

En este proceso investigativo las técnicas que utilizamos para nuestra investigación fueron:

Entrevistas: Éstas fueron realizadas a los Directores de los siguientes Departamentos del municipio de Montecristi:

- ✓ Departamento de adquisición de bienes.
- ✓ Departamento de Comunicación.
- ✓ Departamento de fiscalización.

- ✓ Departamento de Planificación y desarrollo comunitario.
- ✓ Departamento de obras públicas.
- ✓ Departamento de procuraduría.
- ✓ Departamento de contabilidad.

Las encuestas fueron aplicadas al personal que trabaja en la institución del municipio de Montecristi.

Bibliografía: Información seleccionada y analizada de revistas, internet y libros.

Procesamiento de la Información.

Los pasos para el proceso de la información fueron los siguientes:

- ✓ Seleccionar la Información brindada por los Directivos del municipio de Montecristi
- ✓ Tabular los datos estadísticos elaborados en el programa Excel, los resultados generados por las encuestas y entrevistas.
- ✓ Trasformar los resultados a gráficos estadísticos con cuadros .
- ✓ Análisis de los resultados obtenidos, descendiendo a las conclusiones y recomendaciones.

Los resultados logrados en esta investigación se ven reflejado en las respuestas expresadas por cada miembro de la institución, los mismos que fueron representados por gráficos, seguido del análisis y sus respuestas.

Para efectuar esta investigación se hizo uso de los programas como Microsoft Word, Microsoft Excel

CAPÍTULO I

1.-MARCO TEÓRICO

1.1.-COMUNICACIÓN

1.1.2.-Definición.-La comunicación es algo esencial en la vida de todo ser humano y por ende la superación de una institución, en la práctica toda medio, técnica u trámite que se use para perfeccionar la comunicación es un factor clave que se mostrara en beneficio a la entidad.

La palabra comunicación se deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. La comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto. (<http://definicion.de/comunicación/>)

en el proceso de comunicación se involucran la emisión de señales como por ejemplo sonidos, gestos señas con el objetivo de transmitir un mensaje. Para que la comunicación sea objetiva el receptor debe describir con destreza, para poder decodificar el mensaje e interpretar, los canales de comunicación y así funcionen de manera oportuna.

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la

comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio, (Fernández, 1999).

Actualmente la comunicación es el sistema circulatorio de la información y es la materia prima en la toma de decisiones, es por esta razón que se elaboran una serie de recomendaciones que buscan optimizar el método y las prácticas de comunicación organizacional.

1.1.3.-Elementos de la comunicación

En la comunicación intervienen elementos que forman parte del proceso comunicativo y son los siguientes:

Causa.- Para que la comunicación se genere se necesita de una causa o pauta, es esa intención de expresar y compartir algo (mensaje), y para poder lograrlo necesitamos de un emisor, receptor, mensaje, canal, código y retroalimentación.

Emisor: Es la persona quien desea enviar o emitir el mensaje.

Receptor: Es la persona a quien va dirigido el mensaje.

Código: Es el procedimiento de signos y reglas que el receptor y emisor deben conocer.

Canal: soporte material por donde circula el mensaje.

Mensaje: es la información transmitida

Retroalimentación.- Es el eje, que al analizar y reflexiona los elementos de la comunicación, en ello están implícitas un conjunto de palabras que tienen en si

el significado de entender el proceso comunicativo en los seres humanos, de que tiene que haber un emisor y un receptor.

La comunicación también puede ser perturbada por lo que se denomina

Ruido.- Esto dificulta que la comunicación sea normal en el desarrollo de la señal en el proceso. En la comunicación también se pueden dar el intercambio de comunicación en dos grandes etapas que son:

La comunicación verbal: Los seres Humanos somos sociales por naturaleza y, por lo tanto, poseemos la necesidad de relacionarnos con los demás. Ya sea en un lugar abierto o cerrado. Esta comunicación se da en contacto físico es decir frente a frente.

La comunicación no verbal: La comunicación no verbal se realiza a través variaciones de signos de gran variedad: Imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas...), sonidos, gestos, movimientos corporales, etc.

1.2.-FINES DE LA COMUNICACIÓN

El fin esencial de la comunicación es expresar ideas, conceptos, sentimientos y hacernos entender y comprender dentro de una sociedad, que al organizar intercambios pueden ser beneficiosos o no para las relaciones humanas ya que a través de formas y maneras permitirá entender lo que otros no quieren comunicar ya que con el pasar el tiempo necesitaremos mayor comunicación.

1.3.-COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. Dicho proceso puede ser

interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones).

Si la organización es una empresa, la comunicación distingue tres sistemas:

- **Operacionales**, se refiere a tareas u operaciones.
- **Reglamentarios**, órdenes e instrucciones.
- **Mantenimiento**, relaciones públicas, captación y publicidad.

La comunicación organizacional también puede ser entendida como el proceso de producción, circulación y consumo de significados entre una organización y sus públicos.

La comunicación dentro de una empresa adquiere un carácter jerárquico, basado en órdenes y mandatos, aceptación de políticas, etc. Es por ello que hay que destacar la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas y la cooperación entre directivos o altos mandos y trabajadores. La efectividad y buen rendimiento de una empresa depende plenamente de una buena comunicación organizacional.

Los comunicadores sociales deben saber relacionarse con sus grupo laboral porque, deben saber que dentro de la institución suelen cambiar muchas cosa a las cuales se deben adaptar para un mejor rendimiento, y aumente su competitividad y de esta manera se reflejara dentro de la organización.

Posteriormente, se entiende que la comunicación en todos sus aspectos y niveles es el mejor recurso para tratar a una persona y mejorar cualquier aspereza o mal entendido que se presente por la interrupción en el canal hasta el receptor, la distorsión es algo que no se puede evitar y por lo tanto se debe

tomar medidas para que el mensaje final sea el mismo que un inicio se planteó. La relación interpersonal es la esencia primordial hacia el manejo de todas las relaciones posteriores y hacia la construcción de una correcta identidad organizacional.

Como lo añade, Darío Rodríguez Mansilla en su libro Gestión Organizacional; “Basta con observar el organigrama de una determinada institución para saber cuáles son los cauces por donde fluye la comunicación formal”.

La comunicación organizacional según (Fernández (1999) puede dividirse en: Comunicación Interna: cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. Comunicación Externa: cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

En las organizaciones se busca hoy en día extender la eficiencia y eficacia en las instituciones, con el fin de fortalecer la comunicación organizacional para que las relaciones internas mejoren y allá competitividad organizacional.

Es necesario entonces darle un procedimiento especial a los métodos de comunicación existentes en las organizaciones públicas y privadas, con el fin de facilitar un apropiado manejo de interpretación a la comunicación organizacional y desatar los cambios funcionales y competitivos, teniendo cuidado especial en el factor humano.

Para sustentar más claramente lo que es la comunicación organizacional, cabe señalar lo que Xavier Patxot obtiene“. Es la red que se teje entre los elementos de una organización y que brinda su característica esencial: la de ser un sistema”, ubicándola así como la acción circunstancial en la vida de la organización.

La comunicación organizacional no es una moda, una disposición pasajera es una necesidad actual comprobada por ello es primordial destacar que la tarea de experto en comunicación ya que es el porta voz y se encuentran dentro de la corporación.

1.4.-TIPOS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional la dividimos en:

1.4.1.-Comunicación formal: sigue niveles jerárquicos y protocolarios.

1.4.2.-Comunicación ascendente: esta se da cuando los niveles de abajo emiten un mensaje a los niveles superiores mediante los canales formales e informales la cual debe ser detallada y específica.

1.4.3.-Comunicación descendente: La información fluye de forma hacia abajo es decir cuando los niveles superiores emiten unos mensajes a los niveles inferiores.

1.4.3.-Comunicación horizontal:

Es una de las más aptas para usarse en una organización para equilibrar esfuerzos y proteger un nivel óptimo de cultura e identidad , conservando una relación estrecha con la comunicación informal, reconocer e involucrarse más entre departamentos y a la vez creando una ambiente pesado al no coincidir en el logro de los objetivos de la empresa.

Por esta razón; debe prevalecer adecuadamente los roles a cumplirse en cada departamento para proporcionar y unificar esfuerzos hacia los resultados y por consiguiente suele saltarse, en algunas ocasiones el protocolo que en la comunicación formal suelen darse.

1.4.5.-Comunicación vertical

Esta comunicación se utiliza en toda entidad, organización, e institución en la cual se tiene claro que entre más complicada sea su organigrama y su manejo comunicacional, mayor será los problemas que tendrán en cuanto al rendimiento de la misma, por esta causa es que suelen haber algunos inconvenientes en este tipo de comunicación , ya que el gerente opta muchas veces por mantener su círculo bien ajustado sobre la información que se va a expandir en su organización y de que de igual manera sus empleados se mantengan al tanto, para evitar ocultar información valiosa para el desarrollo de sus funciones.

1.5.-NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

En la presente investigación tenemos las tres formas principales de comunicación corporativa u organizacional.

1.5.1.-La Comunicación de dirección

Los directores desempeñan funciones clave en las organizaciones. Tal dirección es a menudo descrita como la que "lleva a cabo el trabajo a través de otras personas". Esto incluye funciones de planificación, organización, mando, coordinación, y control (Fayol, 1949). La dirección solo es posible con la aprobación de aquellos que se dirige. De otra forma no se puede dirigir a una persona que no se deje dirigir. Ya que el papel esencial del director es persuadir consecutivamente en sus subordinado.

Los directores generales jamás deberán contratar a expertos en comunicación como panacea de la comunicación organizativa: tal especialista en comunicación se convertirá rápidamente en el residente experto, causando en el equipo de directores el presentimiento de que ya no deberán preocuparse del problema. El peligro está, desde luego, en que es absurdo esperar que una persona (o un departamento) que actúa desde una única posición, resuelva un problema que afecta a toda la organización. Esta clase de ideal para remediar los males de la organización no librará a nadie de la organización de su propia y verdadera responsabilidad en la comunicación, más de lo que libraría la presencia de un director de formación, a cada director de sus responsabilidades de formación dentro de su departamento. (Alien, 1977).

Es de vital importancia que cuando exista un problema en la organización lo primordial sería que se encargue el departamento de comunicación ya que debe ser quien resuelva cualquier conflicto que esté pasando en la organización.

1.5.2.-La comunicación de marketing

La comunicación de márketing contiene, especialmente, aquellas formas de comunicación que apoyan en beneficio de las ventas de bienes o de servicios.

Rossier y Perey (1987) ven a la publicidad como un proceso de persuasión relativa indirecta, basado en la información sobre los beneficios del producto, diseñado para crear impresiones favorables que "lleven" a la compra de un producto.

Mientras que este autor (Jenkins, 1983) nos comenta que Se considera a la promoción de ventas como "actividades adicionales a la publicidad, por encima de los medios de publicidad, que apoyan al representante de ventas y al distribuidor.

El márketing de comunicación en las instituciones es muy importante porque ayudan a darse a conocer mediante sus marcas o en la venta de un producto o servicios.

1.5.3.-La comunicación organizativa

La comunicación organizativa es usada como termino general la misma que incluye las relaciones públicas, las comunicaciones de mercado de trabajo, las relaciones con administraciones públicas, entre otras una de las principales características que las común y es que toda forma de comunicación organizativa está destinada ante todo a los llamados "públicos objetivo, es decir, a los públicos con los cuales la institución tiene una relación interdependiente, debidamente indirecta.

(Cees Van Riel.2003) la comunicación organizativa podría describirse como "toda forma de comunicación utilizada por la organización fuera del campo de la comunicación de márketing". En muchas empresas, la mayoría de las formas de comunicación organizativa ya mencionadas, se encuentran dentro del marco de actividad del departamento de relaciones públicas. Hay una gran diferencia en la manera en que las empresas incorporan la comunicación organizativa dentro de la estructura organizativa. El esquema organizativo de una empresa imaginaria muestra cómo, en la práctica, muchas formas de comunicación organizativa pueden desarrollarse fuera, del departamento de, RRPP. Esto ocurre cuando surge la necesidad, en un área funcional, de una forma especial de comunicación dirigida a un "público objetivo organizativo afín" identificado. La causa inmediata de este desarrollo externo es la imposibilidad, basándose en el contenido, o en la estrategia, de incorporar el nuevo requisito de comunicación reconocido, dentro del ya existente departamento de RRPP.

1.6.-LA ORGANIZACIÓN

Se establecerá a la organización como la asociación de personas para cumplir una determinada finalidad y determinados objetivos para el beneficio de la organización, y con este referente se tendrá presente que en nuestra investigación la organización es una gestión, basada en una planificación y control para hacer énfasis que la competitividad es global y que con ella ha llevado a que ciertas instituciones cambien sus políticas institucionales.

Consecuentemente algunos autores coinciden en que la organización: "Se define a partir de la estructura organizativa, la cual a su vez se representa gráficamente con el organigrama", es decir colocando a este elemento como el

cuerpo elemental de la organización y encerrando en la estructura organizativa la cual es un conjunto de normas, reglas y procedimientos que regulan parte de los flujos de la autoridad, en comunicación y trabajo que se producen. Ahora vamos a definir ciertos aspectos de la comunicación organizacional.

Si bien es cierto, la competitividad junto con la globalización ha soportado que las organizaciones cambien en cuanto a sus estrategias, no es menos cierto que los gerentes y la administración siempre serán un eje primordial en cada una de ellas.

Varios han sido los autores que concuerdan y discrepan con los cambios de la organización como tal, y entre ellos tenemos a:

Taylor, quien rediseñó las nuevas concepciones de la organización, mediante criterios adaptados a la investigación y el emparejamiento hacia el éxito; entre las cuales son las siguientes:

- 1.- En el desarrollo de la organización con leyes, reglas y principios claramente definidos.
- 2.- La selección, información y desarrollo científico para el trabajador.
- 3.- La cooperación entusiasta con los trabajadores para asegurarse de que todo el trabajo este conforme con los principios científicos.
- 4.- La división, por igual de tareas y responsabilidades entre trabajadores y dirección.

Seguidamente surgió Fayol, exponiendo la unión entre trabajadores y dirección, revocando desde todo punto de vista, las prácticas ineficientes y los abismos insuperables entre sus relaciones interpersonales, que desmejoran en el

rendimiento de la organización. Induciendo así un método de reacción basada en el miedo y la opresión donde el trabajador era una máquina de producción.

Es por esta razón, que se debe de cierta forma dar un término privilegiado a este establecimiento de Administración, que se ajusta en el estudio de las personas. Ya que en la actualidad muchas empresas, identidades u organizaciones predomina la seguridad que tiene, y provoca tener un empleado contento con su sitio de trabajo, y donde se sitúa la marca en cada gestión a realizar internamente en la misma; induciendo una cultura realmente gratificante en la organización, mostrando la contribución con su puesto laboral.

Desde allí que las manejos de grandes empresas, se han visto en la necesidad de cambiar sus códigos y normas para alcanzar los nuevos propósitos; proyectando así nuevas estrategias comunicativas y obtener un esquema de trabajo, basado en los exigencias organizacionales.

No obstante, además es dominante reconocer que muchas organizaciones todavía conservan un modelo capitalista, desarrollando un equivocado manejo en su capital humano, y una inseguridad laboral por ende una baja rendimiento. Sobre todo en aquellas organizaciones donde la exportación de sus productos es el medio más utilizado y por cumplir sus obligaciones, denigran al trabajador.

Comparando las estructuras organizacionales competitivas que producen de un factor contraproducente en el ambiente organizacional.

1.6.1.-Estructura de una organización

La estructura organizacional tiene un impacto directo en la comunicación dentro de una organización. La forma en que está designada la jerarquía de una organización puede invitar a una respuesta, tener la mente abierta, o a controlar y restringir la capacidad de los subordinados a expresar sus pensamientos, sentimientos e ideas con libertad. (Joey papa. 2012)

Dejando proyectado que la organización es un procedimiento estructurado, cabe recalcar que se ajusta en dos principios: el principio de unidad de objetivos y el principio de eficiencia.

Consecuentemente (Kast y Rosenzweig) consideran a la estructura como el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización. Sin embargo, la estructura de un sistema social no es visible de la misma manera que en un sistema biológico o mecánico. No puede ser vista pero se infiere de las operaciones reales y el comportamiento de la organización.

Es decir que para adaptar al factor humano en la situación en la que mejor se pueda desenvolver acatando su capacidad productiva, comenzando con la determinación, la formalización, preparación y adoctrinamiento, desarrollando la productividad, admitiendo que el trabajador se vuelva autodidacta y sirva de referente en su éxito personal.

1.6.2.-Cultura Organizacional

(Kreps 1990, Álvarez 1997,) donde la comunicación comparte con la sociología y la psicología la responsabilidad de dar explicación a los componentes vivenciales y del comportamiento de la organización como un todo social. Este

todo social por naturaleza complejo según Scott y Michell (1978), es evidenciado como un sistema que produce tensiones entre sus miembros de acuerdo con los propósitos, el beneficio y control sobre resultados de la organización, que dependen fundamentalmente de las fuerzas del entorno sobre los sistemas y subsistemas de la organización.

La comunicación se va implantando en la actividad de las organizaciones considerándose como la base principal de las relaciones de la organización que mantiene con sus públicos, ayudando a que los actuales entiendan la cultura organizacional. Para obtener los objetivos organizacionales de acuerdo con Robbins son:

- Desempeñar un papel que defina límites, es decir, que señale diferencias entre nuestra y las demás.
- Conferir a la empresa un sentido de identidad.
- Facilitar la generación del compromiso con algo superior al interés personal de cada empleado.
- Reforzar estabilidad del sistema social (ROBBINS ,1993:626)

Esforzarse por conocer y consolidar la cultura organizacional, ofrecer los recursos utilizados por los empleados para que efectúen satisfactoriamente su trabajo, es decir producir con ánimo, gusto y responsabilidad son aspectos que se convienen en una prioridad para los directivos de las empresas y las labores principales del comunicador organizacional. Siendo entonces que la cultura organizacional es la acumulación de todos los métodos y miembros de la organización

1.6.3.-Clima organizacional

Es ambiente en el que una persona desempeña su trabajo diariamente, es la sociabilidad que un jefe tiene con sus colaboradores lo cual ocasiona, la reciprocidad entre el personal de la institución e incluso la relación con proveedores y clientes, todas estas síntesis van conformando lo que llamamos Clima Organizacional el cual con lleva. Que una persona pueda trabajar bien y ser más beneficiosa y que debe sentirse bien consigo mismo y con todo lo que gira alrededor de la misma, lo cual fortalece el principio de que la gente feliz entrega mejores resultados.

Según Litwin y Stinger (1978), el clima organizacional es un filtro por el cual pasan los fenómenos objetivos de la empresa (estructura, liderazgo, toma de decisiones) accediendo a la comprensión de lo que ocurre en la empresa y las repercusiones que estos fenómenos tiene en el comportamiento de los empleados.

El clima organizacional agradable es una inversión a largo plazo que los trabajadores aprecian su lugar donde laboran ya que se les ofrece una sana convivencia, donde son valorados, y mantienen una buena relación con sus compañeros y que buscan los mismos objetivos.

Si una organización es demasiada estricta, con demasiadas presiones al personal, con alto enfoque en los resultados y procesos, y poco esmero en el bienestar de sus colaboradores solo alcanzará logros a corto plazo, pero no asegura su sustentabilidad en el futuro.

En resumen, si un buen o mal clima organizacional, obtendrá consecuencias que impactarán de forma positiva o negativa en la actividad de la empresa.

Algunos beneficios de un sano clima organizacional:

- ✓ La Adaptación
- ✓ La Satisfacción
- ✓ La actitudes laborales positivas
- ✓ Las ideas creativas
- ✓ Las conductas constructivas
- ✓ Los logros de resultados.
- ✓ Alta productividad

En un clima organizacional defectuoso se manifiestan las siguientes consecuencias:

- ✓ La Inadaptación
- ✓ La no innovación
- ✓ La baja productividad
- ✓ Las actitudes laborales negativas
- ✓ Los sabotajes
- ✓ La impuntualidad
- ✓ Tortuguismo

En conclusión los directores de las organizaciones sean estas públicas o privadas, comprometen hacer énfasis en que medio forma parte del activo la empresa y como tal deben ser valorarlo y facilitar la convenida atención.

1.6.4.-Comportamiento Organizacional

(Robbings, Stephen.2004) .El comportamiento organizacional es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones. Es una disciplina científica a cuya base de conocimientos se agrega constantemente una gran cantidad de investigaciones y desarrollos conceptuales. Pero también es una ciencia aplicada, ya que la información sobre prácticas efectivas en una organización puede extenderse a muchas otras y dejar así el departamentalismo.

La organización es entendida como un ente social y a partir de esta confirmación se manipular la significación que el comportamiento de la organización es aquel que encierra las gestiones, los hábitos y cultura que se muestran a diario en la conducta humana de individuo que este inmerso en la institución; y dando paso a una disciplina holística internamente en la organización.

(Gestión del cambio organizacional pag.29) por ello “El comportamiento organizacional resultan del influjo que ejercen fuerzas opuestas sobre la conducta del personal que está actuando al mismo tiempo como una comunidad productiva y una comunidad social.” Facilitando una adecuada importancia en los cambios, establecidos en vínculos muy significativos, como la cultura, el liderazgo, la motivación, la organización y otros que se interrelacionan entre sí como parte de un solo procedimiento.

La importancia del comportamiento organizacional es sin duda, entender que es la conexión con la organización y sus colaboradores de la institución; y como los mismos se muestran ante el cambio mediante la cultura a desarrollar, ya que es la clave fundamental para explotar los siguientes ciclos que manan, en el contexto de que si un grupo tiene un buen líder, se van a sentir motivados y en confianza y harán un cambio frente al área de trabajo.

1.6.5.-Misión organizacional

Es definida como el conocimiento de existir de una organización y esta debe ser específica, objetiva, y flexible cumpliendo en su totalidad con los objetivos, los cuales beneficiara al cambio de la organización.

La misión también es razonada como el propósito que tienen las organizaciones, lo cual ayuda a despejar los siguientes enigmas él ¿para qué? y él ¿Por qué? Esto accede en conocer la prioridad que tiene en la actualidad la institución, y si cumplen en conjunto con los miembros, directores, funcionarios y todos aquellos que conformen a la institución.

1.6.6.-Visión organizacional

Es la expectativa de conseguir a futuro, como proyectos, objetivos y metas

La visión nos permite proyectar a futuro a la organización, Y tener un claro un enfoque definido y que sea un reto alcanzable para la organización la visión de una empresa está conformado por ideas y técnicas, con el fin de llegar al éxito empresarial.

1.6.7.-Meta organizacional

Son el propósito de llegar a algo y cumplirlo.

La meta es el desarrollo organizacional en el que se crea una cultura abierta para la solución de problemas, y así situar la responsabilidades en la toma de decisiones y de esta manera verificar que se cumplan puntualmente.

1.6.8.-Objetivo organizacional

Son los resultados finales que la organización busca tener, con el fin de cumplir con exactitud la misión y visión de la institución .los objetivos cumplen tres funciones esenciales que son:

Controlar.-El método de una institución es decir los objetivos dentro de un departamento.

Motivar o inspirar.- a los colaboradores y de esta manera lograr alcanzar un objetivo en común en beneficio de la organización.

Dirigir.-para facilitar y crear un enfoque claro para todos en la organización.

1.6.9.-Filosofía organizacional

En la organización es la base sólida para construir y orientar a la organización hacia el camino del éxito haciéndola de forma ágil, flexible, y dinámica y así proporcionando facilidades para el desarrollo del liderazgo.

1.6.10.-Valor organizacional

Es la base esencial para establecer una cultura de trabajo la cual establece la disciplina para guiar a la organización al éxito los valores más comunes dentro de la organización son según (ALVARADO Y ESTRADA, 2002:26-29).

- Enfoque al cliente
- Calidad
- Mejora continua

- Trabajo en equipo
- Seguridad ante todo
- Ética y honradez
- Respeto a la dignidad humana
- Comunicación abierta

Estos elementos cubrirán la necesidad primaria de la organización estableciendo una actitud de mejora en los conocimientos de producción, en las destrezas y conocimiento técnico, así como las cualidades de disciplina.

1.7.-BARRERAS Y FALLAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Muchos administradores consideran como uno de sus mayores problemas a resolver las fallas e inconvenientes en la comunicación de la organización. Pero un administrador que realmente conoce a su empresa, como debe ser, se puede dar cuenta que muchos problemas de comunicación se originan como consecuencia de problemas más fuertes.

Un ejemplo de lo que se establece anteriormente es cuando en una organización una planeación resulta deficiente y genera incertidumbre en la directriz y camino de la empresa, al igual que si una organización no cuenta con una adecuada estructura puede limitar o alterar de forma negativa la relación organizacional y por ende la comunicación. Las barreras que se presentan en la transmisión de la información pueden originarse en el emisor, el mensaje, el receptor del mensaje, o en la misma retroalimentación de la información que se recibe.

Las principales barreras en la comunicación específicamente en el caso de las organizaciones son:

1.7.1.-Falta o ausencia de planeación

Esta barrera se presenta muy frecuentemente dentro de las organizaciones, para que una comunicación organizacional sea adecuada y cumpla con sus objetivos debe surgir como consecuencia de una planeación, tanto de análisis y formulación del mensaje a transmitir como su origen y objetividad; además de que la persona que se comunicará debe elegir el canal de comunicación más conveniente así como el espacio de tiempo indicado para la transmisión de la información, y de esta forma detener la resistencia al cambio.

1.7.2.-Supuestos o hechos confusos

Muchas veces en la transmisión de la información se dan por hechos o por entendidos ciertas situaciones y por lo cual no se comunican con el resto de la información que se transmite, un ejemplo de esto se presenta cuando un cliente envía un aviso a uno de sus proveedores sobre una visita a las instalaciones de la empresa, el supuesto que se pretende reflejar es el hecho de que el cliente puede dar por entendido que el proveedor organizará su llegada, desde la cuestión de transporte, como en cuanto a hospedaje y además prepara un programa de recibimiento y revisión dentro de sus instalaciones. En cuanto al proveedor, este puede creer y dar por hecho que la visita del cliente a la ciudad puede deberse a cuestiones personales, motivo por el cual, visitará las instalaciones de la organización pero como parte de una actividad de rutina. Es en este ejemplo donde se comprenden que los

supuestos o hechos que no se aclaran entre las partes que intervienen pueden generar confusiones y en ocasiones problemas de mayor tamaño.

1.7.3.-Distorsión del contexto del mensaje y/o de la semántica

Hablar de distorsión de contexto o semántica del mensaje es hacer referencia a una de las principales barreras en la comunicación. Por poner un ejemplo, se puede considerar el hecho de que la empresa coloque un anuncio en uno de sus puntos de venta que diga “Venta por menos”, esto es una ambigüedad para los que reciben este mensaje, la principal pregunta que se harán es el hecho de ¿Menos en que o de qué? Y se pueden generar un sinnúmero de reacciones en la recepción de esta información. Otro ejemplo que se puede considerar en esta clasificación es la conceptualización de un concepto, dependiendo del mensaje o la situación de cada organización; en el caso de la palabra gobierno, se puede considerar una actividad burócrata y de poca credibilidad, pero para otro sector puede significar apoyo, igualdad o justicia información expresada deficientemente.

Otra barrera común en la comunicación se presenta cuando a pesar de que el emisor de la información muestre claramente las ideas y bases de la información, pudo haber elegido las palabras incorrectas, haber caído en incongruencias dar por hecho algunos términos o estructurar incorrectamente la información. Lo anterior puede resultar muy costoso para la organización, es por ello que es importante que el emisor tenga especial cuidado en la codificación del mensaje a transmitir.

1.7.4.-Barreras de contexto internacional

Cuando el proceso de comunicación tiene como obstáculos la existencia de culturas, lenguaje y normas de acción diferentes y variadas complica más la transmisión de información.

Un ejemplo se presenta al tratar de traducir lemas de empresas o dar a conocer conceptos de trabajo que pueden variar considerablemente de una cultura a otro y en unos casos hasta ser ofensivos sino se maneja adecuadamente.

1.7.5.-Pérdida de información por retención limitada

Este percance sucede cuando la información que se comparte de un individuo a otro, va perdiendo precisión a lo largo de las transmisiones, y esta es una de las principales causas de un problema de comunicación severo. En este tipo de casos es importante realizar acciones de protección como es respaldo de información, repetición de datos y el uso de varios canales de manera simultánea.

1.7.6.-Información con escucha limitada y la evaluación anticipada de la misma.

No todas las personas están acostumbradas a escuchar adecuadamente, muchos pueden mantener una comunicación sin que haya una conexión real con la temática manejada, además de que muchas personas tienden a juzgar el contenido de una información precipitadamente muchas veces sin analizar objetivamente la información recibida.

1.7.7.-Comunicación de forma impersonal

El uso de medios de comunicación en la empresa puede obstaculizar la transmisión de la información con los colaboradores, la comunicación es mayormente eficiente cuando hay contacto personal (frente a frente) con los receptores del mensaje en la organización, ya que de esta forma habrá mayor nivel de confianza y comprensión, así como se presenta mayor facilidad en la retroalimentación de la información.

1.7.8.- Desconfianza o temores en la comunicación

La relación que se mantiene entre superiores y colaboradores permite que las condiciones en el flujo de la información mejoren o empeoren considerablemente, cuando el jefe o superior no se ha esmerado por mantener un clima organizacional favorable, confianza y el ambiente laboral es demasiado hostil o amenazante, puede generar la desconfianza y una actitud temerosa que bloquee la comunicación.

1.7.9.-Tiempo insuficiente ante los cambios

En las organizaciones dentro de los múltiples intercambios de información que se presentan, muchas se relacionan con cambios organizacionales sustanciales y de gran importancia e influencia en los colaboradores de la empresa. Muchos de los colaboradores no responden a los cambios de la misma forma, a algunos les toma más tiempo adaptarse a los mismos y esta falta de tiempo puede provocar complicaciones en la comunicación con repercusión en la empresa.

1.7.10.-Exceso de información

Cuando el flujo de información es demasiado grande muchas veces su comprensión se puede limitar, y los colaboradores de la empresa ponderan el valor informativo en relación a sus creencias y puntos de vista, restándole importancia en algunos casos a datos que el emisor considere importante, también se da el caso donde la sobrecarga de datos puede generar conflictos y errores al tratar de procesar la información. Es por ello que hay que cuidar el contenido de la información de forma que se transmita de forma concisa y precisa para que no haya filtros que resten valor y contenido a la información comunicada por la empresa o viceversa.

1.8.-AUDITORIA DE COMUNICACIÓN ORGANIACIONAL

1.8.1.-La auditoría de la comunicación.

Uno de los medios para mejorar la comunicación en una organización es efectuar una auditoria de comunicación. Esta auditoria es un instrumento para el examen de las políticas, redes y actividades de comunicación. La comunicación organizacional es concebida en este contexto como un grupo de factores de comunicación relacionados con las metas de la organización.

Lo interesante de este modelo es que en el la comunicación no es considerada por sí misma, sino por un medio para el cumplimiento de las metas organizacionales, hecho que a veces olvida quienes se interesan únicamente en las relaciones interpersonales.

Las 4 principales redes de comunicación que es necesario auditar son las siguientes:

La red de regulación o relativa de las tareas referente a políticas, procedimientos, reglas y relaciones superiores-subordinados.

- La red de innovación incluye la solución de problemas, las reuniones y las sugerencias de cambio.
- La red de integración, compuesta por elogios, recompensas, asensos y todos aquellos elementos que vinculan a las metas de la empresa con las necesidades personales.
- La red de información-instrucción, que incluyen a las publicaciones, tablero de avisos y la red natural de una compañía.

Soluciones de la auditoría de comunicación interna el uso o aplicación de una auditoría de comunicación interna obtiene corregir las falencias en aspectos comunicativos y sus causas así como el índice pasivo de la comunicación siendo este de gran importancia en la obtención de los objetivos institucionales.

En la auditoría no se debe limitar a establecer y medir resultados, debe sugerir e indicar el camino correcto a seguir en la comunicación en la organización mediante la preparación de acciones y planes estratégicos.

En si se debe definir el panorama para implantar un plan estratégico de comunicación interna y que consiga coordinar la comunicación de la institución y que establezca pautas para que cada miembro de la compañía esté involucrado. (Frígoli, 2010)

La auditoría comunicacional logra detectar los siguientes parámetros

- La calidad de los contenidos de los canales de comunicación y su eficacia.
- La conciliación de las herramientas de comunicación interna en la táctica de negocio de la organización.
- Las necesidades de información en los diferentes niveles de la organización, en todo lo que respecta la calidad y volumen.
- La satisfacción de los empleados y la eficacia del clima laboral.
- La apreciación que tiene la organización el público interno y los cambios de opinión sobre temas esenciales.
- Los distintos públicos que intervienen como representantes en el flujo de comunicación interna.

Sirven:

- Para darnos un reflejo de cómo se está informando y acerca de cómo se debe comunicar.
- Para estudiar las prácticas de comunicación interna, evidenciando cómo están funcionando las políticas en los colaboradores de la organización.
- Para detectar necesidades informativas y problemas de comunicación de los colaboradores.
- Para reducir cantidades y plantear procedimientos más eficientes, haciendo posible en corregir desviaciones observadas.

- Para reunir a directores, dirigentes y mandos (emisores y receptores de información) a fin de que sus mensajes sean mejores e innoven para que la comunicación sea óptima y rentable.

1.8.2.-Beneficios

La comunicación interna desempeña un rol protagonista en la estrategia de las organizaciones.

- Impacta directamente sobre la gestión diaria y en los resultados finales de la institución.
- Reduce la conflictividad y mejora el clima laboral.
- Es decisiva para optimizar los procesos internos ya que satisface las necesidades propias de la empresa y contribuye a alcanzar los objetivos finales de la misma.
- Ayuda a la empresa a difundir su política y su propia identidad y encauza el flujo de información, en especial sobre temas fundamentales.
- Es una vía para que las personas, mediante la transparencia en el conocimiento de los temas que les afectan, se sientan más involucradas en sus actuaciones cada día y así aumentar su motivación personal.
- Incrementa la satisfacción de los empleados y su grado de compromiso e implicación con la dirección de la organización.

- Ayuda a la organización a lograr sus metas globales, ya que transmite con velocidad y claridad tanto la política empresarial como los cambios acontecidos en la misma.
- Mejora la comunicación entre los departamentos, empleados, etc., tan habitual en las organizaciones modernas marcadas por la descentralización territorial y de funciones.
- Tiene un carácter dinámico, por lo que se va adaptando a medida que lo hace la organización, es flexible y maximiza el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el entorno.

1.9.-LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL DESARROLLO INSTITUCIONAL.

1.9.1.-La Comunicación interpersonal en el trabajo

La comunicación interpersonal, sobrelleva a que los ser humanos comuniquen sus perspectivas, pensamientos con los demás, en el ámbito laboral es y significativa para toda organización que sus colaboradores se lleven entre sí, esto incrementa el desarrollo del trabajo entre públicos internos, ya que la comunicación organizacional es prescindible entre quienes conforman la organización, y que influye para realizar de forma óptima los objetivos creados en la misma.

Esta técnica de integración interpersonal, es importante, para un mejor trabajo en las acciones laborales de los Individuos, en toda organización es importante saber qué cargo desempeñan los Públicos internos y con qué resultado se lo hace.

Las personas poseemos mucha más afinidad con unos que con otros, por esto desarrollamos a comunicarnos más con los de nuestra preferencia, asimismo interviene el comportamiento y personalidad de cada uno, éstos satisfacen el proceso de interacción, es lo que se espera conseguir en la comunicación interpersonal del municipio de Montecristi es la inclusión y la convivencia de todos los miembros que la conforman la institución.

Al reflexionar el tema de la comunicación interpersonal en el trabajo, se deriva que en cualquier organización la comunicación es el elemento principal en el progreso de las actividades productivas, en este caso conduce todas las acciones que elaboran sus públicos internos, para lograr las metas trazadas.

1.9.2.-Función de la comunicación interpersonal en el trabajo

La función que tiene la comunicación interpersonal en el sitio de trabajo es de hacer dinámica las gestiones laborales de unos con otros, la cual debe ser participativas, interactivas y eficaces en las tareas designadas.

Para que exista la comunicación interpersonal tienen que existir ambas partes interesadas en iniciar una diálogo para esto, constan los siguientes pasos:

- ✓ El emisor tiene que estar interesado en enviar un mensaje al receptor.
- ✓ El receptor debe tener el mismo estado de importancia, al mensaje que se quiere hacer llegar.
- ✓ En la comunicación no se puede generar un mensaje sino existe el emisor, y sin el emisor no hay mensaje ni información, y sin el mensaje no hay receptor.

En el trabajo la comunicación interpersonal desempeña un importante accionar que permite que se realicen contactos eficaces con todos, es decir, que se

ejecuten coexistentemente envíos y retroalimentación de mensajes como cumplimiento de labores.

1.10.-BENEFICIOS QUE APORTAN LAS RELACIONES PUBLICAS A LAS ORGANIZACIONES.

Numerosas y muy importantes son las aportaciones que las relaciones públicas pueden dar a las organizaciones tanto públicas como privadas, sean ellas de carácter comercial o no. Estos son algunos de los aspectos en que las relaciones públicas pueden actuar en forma decisiva en beneficio del éxito y del crecimiento de una organización.

1.10.1.-Disminución de los costos

La mayor eficiencia y eficacia en la producción o en la prestación de servicios está en relación directa con el grado de capacitación y de satisfacción de los recursos humanos de la empresa. Mediante una correcta política de relaciones públicas el personal se siente integrado a la institución y compenetrado de sus objetivos, creándose en los mismos un sentido de pertenencia que eleva en sumo grado la productividad, la calidad y la producción en la prestación del servicio.

1.10.2.-Estimula la creatividad

Los directivos al considerar a los funcionarios como la más eficiente "fabrica" o "computadora" que puede ser estimulada para beneficio de la empresa, están poniendo al servicio del logro de los objetivos de la organización un potencial realmente inagotable y rico. Es labor del profesional de relaciones públicas crear el sistema interno adecuado para despertar la creatividad, reconocerla y

recompensarla. Ningún gerente puede saber lo que está pasando en un sector o departamento mejor que quien está realizando el trabajo en ese punto.

1.10.3.-Eleva el índice de ventas

El concepto de que goce una institución en el consenso social lo que se conoce como imagen - es de primerísima importancia para, en primer lugar, asegurar su propia supervivencia y, luego su posterior desarrollo. Una buena imagen es considerada ampliamente superior a cualquier campaña publicitaria o de promoción. La relación es directa: a mejor imagen, mayor venta.

1.10.4.-Permite mejores condiciones en la obtención de créditos

Desde luego, la palabra crédito proviene de "creedere" que significa confiar. Se confía más en una persona o empresa que disfrute de una imagen o reputación que concite la confianza del posible acreedor. Es indudable que la obtención de mejores condiciones crediticias está vinculada estrechamente a la imagen y prestigio de la entidad.

1.10.5.- Hace posible la sobrevivencia y el desarrollo de la organización

Los seres humanos fallecen por dos causas principales: las naturales, entre las que se incluyen las enfermedades, y, por causas violentas, o sea, los accidentes, que ponen fin a la vida de manera drástica.

De las mismas razones perecen las empresas o instituciones. El primer caso, muerte natural de las organizaciones, acece cuando debido al mal servicio que presta la clientela se aleja de ella y el índice de venta decae a tal punto que obliga al cierre del establecimiento. Se produce el óbito por pérdida de su fuerza vital, que en toda empresa, se origina por la concurrencia de clientes

que con sus compras aportan para el sostenimiento y el crecimiento de la misma.

1.11.-LA INCIDENCIA EN LA RELACION LABORAL.

La implantación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en el ámbito del Derecho del Trabajo tiene diversas connotaciones e incidencias. El tratamiento de datos aparece tanto en aspectos de control de la actividad empresarial, así como en el proceso de selección e identificación de aspectos personales, como puede ser algunos relativos a la salud del trabajador. En la gestión de RRHH la utilización o tratamiento de datos es una realidad incuestionable, un aspecto más de la organización empresarial.

Concurren por tanto diversas perspectivas, siendo la primera la dificultad de trasplantar el régimen jurídico propio del derecho de protección de datos a las peculiaridades de la relación laboral. La segunda, la dificultad de delimitar jurídicamente el ámbito del derecho fundamental a la protección de datos, frente a otro derecho reconocido también constitucionalmente dentro del ejercicio de las facultades y potestades empresariales, y por tanto las posibles colisiones que puede tener con los derechos fundamentales de los ciudadanos y por ende de los trabajadores dentro del seno de la empresa.

1.12.-RELACIONES LABORALES

Las relaciones laborales son los vínculos que se establecen en el ámbito del trabajo. Por lo general, hacen referencia a las relaciones entre el trabajo y el capital en el marco del proceso productivo.

En las sociedades modernas, las relaciones laborales se encuentran reguladas por un contrato de trabajo, que estipula los derechos y obligaciones de ambas partes. Por ejemplo, el contrato laboral señala que un trabajador accederá a una indemnización si es despedido sin causa justa.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que las relaciones laborales pueden ser individuales o colectivas. Las relaciones laborales individuales son las que un trabajador aislado establece con su empleador o su representante de forma directa. En cambio, las relaciones laborales colectivas son las que establece un sindicato en representación de los trabajadores con una empresa u organización patronal.

Las relaciones colectivas surgen para minimizar la situación de dependencia y subordinación entre el trabajador y el empleador. El sindicato tiene más poder para imponer sus condiciones y conseguir una relación laboral justa y equitativa.

Las relaciones entre organizaciones de empleadores y de trabajadores, entre sí o con el Estado como intermediario, se conocen como diálogo social. Estas relaciones laborales se basan en el principio del tripartismo, que supone que las cuestiones más importantes vinculadas con el empleo deben resolverse entre las tres partes principales implicadas: el Estado, el capital y el trabajo.

Como en todos los tipos de relaciones interpersonales, existen diversos puntos de conflicto que entorpecen el funcionamiento de las empresas. Sin lugar a dudas, la paga representa uno de los temas más delicados a tratar entre un empleador y sus empleados. Es importante que la remuneración sea una justa

compensación por el trabajo realizado, y esto es algo que normalmente no ocurre.

Por un lado, muchos trabajadores se escudan en la falta de oportunidades laborales para no exigir que se cumplan sus derechos, por miedo a ser despedidos. Por el otro, muchos empleadores se aprovechan de esta situación para explotar a sus empleados. Si bien, a simple vista, en este cuadro los jefes parecen seres injustos y desconsiderados, para conseguir un cambio es necesario modificar el comportamiento de las personas que aceptan un salario inferior al que merecen.

En los últimos años, algunas empresas han adoptado un modelo de trabajo conocido como “jerarquía horizontal”. Básicamente, consiste en dar a los empleados la sensación de no estar por debajo de sus jefes, que es lo que ocurre en las organizaciones tradicionales. No se trata de alterar el organigrama, ni de dar la misma cantidad de poder a todos los integrantes, sino de valerse de herramientas tales como el diálogo para mejorar la experiencia general y, por ende, el rendimiento de la compañía. Otros recursos comunes son permitir que cada uno vista a su gusto, ubicar todas las oficinas al mismo nivel y utilizar paredes traslúcidas para eliminar la idea de que los empleadores son seres superiores e inaccesibles.

1.13.-TIPOS DE RELACIONES LABORALES

Las relaciones laborales se pueden dividir según los siguientes criterios.

1.13.1.-Según el tiempo de relación laboral

Con este criterio se distingue la relación laboral por tiempo determinado y relación laboral por tiempo indeterminado.

1.13.2.-Según el carácter del empleador

En este criterio se puede ver que ciertas relaciones laborales dependen también del carácter del empleador, es decir si el empleador es una entidad empresarial o no empresarial.

1.13.3.-Según la forma de contratar la relación laboral

En este criterio es posible distinguir la relación laboral basada en un contrato laboral y la relación laboral concluida por el nombramiento.

1.13.4.-Según el lugar de ejecución del trabajo

En este criterio se distinguen las relaciones laborales, en las cuales los empleados ejecutan el trabajo en el centro de trabajo del empleador, y las relaciones laborales de empleados que no trabajan permanentemente en el centro de trabajo del empleador.

1.13.5.-Según la extensión de la jornada laboral

Las relaciones laborales se pueden dividir también según la extensión de la jornada laboral en las relaciones laborales con las jornadas laboral semanal determinada (la duración laboral no debe exceder de 48 horas semanales).

1.14.-REFORMA LABORAL

El concepto que nos ocupará a continuación dispone de un uso excluyente en el ámbito laboral y está conformado por dos términos. Se denomina reforma a

la acción y el resultado de reformar, en tanto, esta acción implica el rehacer, modificar o enmendar algo, un comportamiento, una cuestión, entre otros. Mientras tanto, el concepto de laboral se emplea para designar a todo aquello relativo o propio del trabajo, especialmente aquello que atañe a cuestiones jurídicas y económicas.

Entonces, la reforma laboral consiste en un programa que se encuentra especialmente dirigido a la creación de nuevos puestos laborales.

La vía para hacer efectiva esta misión es la legislativa, es decir, para introducir modificaciones en este aspecto en una nación es necesaria la participación del órgano legislativo que es aquel encargado de sancionar las normas y leyes.

En el parlamento se produce la discusión entre los legisladores y si hay acuerdo y mayoría, se procederá a la modificación. Por ejemplo, para dar curso a la creación de nuevos puestos de trabajo será preciso introducir en la legislación laboral nuevas alternativas en materia de contrataciones de empleados.

Por caso, es que la reforma laboral queda materializada en una ley que una vez sancionada deberá ser promulgada y reglamentada por los órganos competentes en esos aspectos.

Cabe destacarse que en muchos países se ha procedido a introducir una reforma en materia laboral con la intención de solucionar algunas de las principales complicaciones del contexto como ser: la inestabilidad laboral de algunos sectores, la falta de acceso al sistema laboral que padecen los sectores más jóvenes de la población, suplantar los contratos temporales o

basura por los indeterminados, y que el despido sea un recurso último para la empresa, entre otros.

Sin dudas, la aplicación de estos beneficios tenderá a beneficiar la competencia, la producción, el aumento del salario promedio, la inversión, entre otras cuestiones, dentro del ámbito laboral.

1.2.-MARCO INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE MONTECRISTI

1.2.1.-Historia

El gobierno autónomo descentralizado del cantón Montecristi es una institución que reviste de gran importancia siendo sus funciones específicas, la administración de los impuestos, cumpliendo con la constitución y haciendo respetar los derechos, administrando la justicia y velando por la tranquilidad del pueblo, la misma que se ocupa de gestionar la educación pública ayudando satisfacer las necesidades de la gran mayoría de la población Montecristenses.

El pueblo de Montecristi, a los seis días del mes de enero del año de 1822.habiendose reunido los ciudadanos en esta consistorial con el objeto de proceder a la elección del ayuntamiento: prescindida esta junta, por el señor alcalde don domingo romero y por el comisionario del superior gobierno, el ministro tesorero de la hacienda pública don diego Noboa y después de haber manifestado este la necesidad que tienen de que el ayuntamiento se componga de sujetos honrados patriotas y adornados en lo posible de luces , para que puedan administrarle justicia , y representar sus derechos con libertad pero con ;y que estos mismos eran los sentimientos al supremo gobierno de la provincia haciéndolo exhortado también a que dieran sus votos libremente sin dejarse llevar de pasiones ni intriga.

Se dio principio al acto de elección , habiendo mandado el comisionado se nombrase dos estructuradores , para que en unión de secretario del ayuntamiento llevasen las listas y las confrontasen a su debido tiempo y habiéndose tomado la votación por dichos estructuradores resultados nombrados a pluralidad de votos, primero don José robles, segundo don jerónimo Rivera :enseguida se hizo presente el comisionado que siendo la voluntad general de este pueblo el que nombrase dos alcaldes, uno blanco y otro natural, por haber en ambas castas, números considerables, y de estar siempre en discordia sobre cuál de los dos debía recaer :Resolvió se eligiesen dos como apetecían, aumentando también un regidor para que hallan cuatro

En consecuencia se recibió votación para primer alcalde y salió Don José Robles con cincuenta y dos votos; del mismo modo se recibió por el segundo alcalde y fue electo generalmente Don Rudesindo Luas, después se recibió votación para sindicato procurador, y salió electo Don Silvino Acosta con setenta voto; últimamente se tomó vacaciones para tres regidores, pues de los dos que debían de quedar el uno hizo renuncia por motivos legales por cuya razón se le admitió, y salieron par segundo regidor Don Lorenzo López con setenta votos, para tercero Don Pedro Espinel, por aclamación y por cuarto Don Santiago Lucas igualmente acamado.

Concluida la elección y reunidos incontinentes los nombrados, les recibió el comisionado, juramento la fidelidad a la patria, cumplimiento a nuestra constitución respeto a la obediencia a las autoridades legítimas, en particular al superior gobierno de la provincia, el desempeño de sus obligaciones, siendo lo primero la administración de justicia, buen orden y tranquilidad en el pueblo, y

procurar la educación pública lo que hicieron y prometieron cumplir religiosamente. Con lo cual quedaron posesionados en sus respectivos empleos y concluido este acto que firmaron el Señor alcalde, presidente, el Comisionado, Escrutadores y Secretario a quienes se les mandó sacarse testimonio de la presente acta para remitirla al Superior Gobierno de la provincia Domingo Romero el comisionado Diego Noboa , José Robles , Jerónimo Rivera , José Cabeza y Villacis, secretario cabildo .Es fiel copia de su original que corre en el libro de actas de este ayuntamiento al que se remitió Montecristi, enero 1822.

1.2.2.-Misión

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Montecristi contribuye a la sociedad del Cantón de Montecristi brindando obras y servicios públicos de buena calidad en forma equitativa respetando la biodiversidad y la diversidad cultural en consecución del buen vivir; además, trabaja con transparencia y crea espacios para la participación protagónica de la ciudadanía en la toma de decisiones en los ámbitos sociocultural, ambiental económico y político institucional, con lo que promueve el desarrollo cantonal planificado y sustentable del cantón en el corto mediano y largo plazo.

1.2.3.-Visión

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Montecristi, se constituirá en un ejemplo de desarrollo local con un personal capacitado que trabaja planificada mente basado en principios y valores como solidaridad, honestidad, responsabilidad; es una institución que realiza autogestión sostenible y eficiente; promueve la participación de la ciudadanía para la distribución eficaz

y equitativa de los recursos; sus servicios son de calidad y trabaja en forma transparente; sus acciones permiten preservar el medio ambiente, la diversidad cultural, la equidad de género y generacional, convirtiéndolo en un municipio para todas y todos.

1.2.4.-Meta

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes y establecer lazos de convenio en beneficio de los montecristenses, para así fortalecer la organización, confianza y solides de la institución

1.2.5.-Valores Institucionales

- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Eficiencia
- ✓ Respeto
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Excelencia

1.2.6.-Ubicación Geo-estratégica

El Municipio se encuentra ubicado en el cantón Montecristi calle américa frente a la basílica menor virgen de Monserrate, uno de los cantones más importantes del Ecuador localizado en la provincia de Manabí y conocida como capital artesanal.

Montecristi población de gran riqueza histórica por ser cuna del famoso revolucionario liberal Eloy Alfaro, llena de gente humilde y amable que se

destacan por la fabricación de sombreros de paja toquilla y cabuya, objetos elaborados en tagua, mimbre y otros. Las artesanías Montecristenses se reconocen desde la época aborigen, ya que de los restos arqueológicos encontrados se pueden observar piezas elaboradas en piedras, cerámicas, fibra y madera. Entre los objetos de piedra, conocemos la Famosa Silla en forma de "U", encontradas en los Cerros de Montecristi, de Hoja, Jupe, Jaboncillo etc. También existían tejedores de petates, hamacas, alforjas. Con la madera, elaboraban barriles para lo cual se utiliza el muyuyo, mismos que abundaban en las grandes sabanas.

1.2.7.-Organigrama institucional de los departamentos del Municipio de Montecristi.



CAPITULO II

2.1.-Proceso Metodológico

Los métodos investigativos crean una herramienta necesaria para producir y poder llevar a cabo un proceso investigativo, de esta forma se accedió a conocer la autenticidad de lo que se espera obtener, En esta investigación se manejaron los siguientes:

2.1.2 Métodos

2.1.3.-Método Deductivo

Porque se partió de teorías generales para llegar a caracterizar el tema en estudio.

2.1.4.-Método Analítico – Sintético

Este método fue empleado mediante la observación y consiente en analizar y buscar soluciones a los inconvenientes existentes en la institución. Este analizara la información y se sintetizara en las conclusiones.

2.1.5.-Método Estadístico

Este método accedió a obtener datos de suma importancia, la recopilación, que arrojó los resultados y garantizan una información veraz y completa esto es, representación gráfica.

2.2.-TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación se enmarco en la modalidad de investigación social y se aplicaron los siguientes tipos de investigación:

2.2.1.-Investigación de campo

Porque se realiza en el lugar de los acontecimientos en el tiempo exacto que suceden los hechos, basándose en informaciones de complementos como entrevistas, cuestionarios, encuestas y prevaleciendo la observación.

2.2.2.-Investigación descriptiva

Porque se describen los hechos más importantes sobre la opinión de la ciudadanía, y los servicios e imagen que tiene el municipio de Montecristi

2.2.3.-Investigación experimental

Porque vamos a verificar en el campo investigativo si se está dando la importancia a lo antes expuesto.

2.3.-TÉCNICAS

En este proceso investigativo las técnicas que utilizamos para nuestra investigación fueron:

2.3.1.-Entrevistas

Éstas fueron realizadas a los Directores de los siguientes Departamentos del municipio de Montecristi:

- ✓ Departamento de adquisición de bienes.
- ✓ Departamento de Comunicación.
- ✓ Departamento de fiscalización.
- ✓ Departamento de Planificación y desarrollo comunitario.
- ✓ Departamento de obras publicas
- ✓ Departamento de procuraduría
- ✓ Departamento de contabilidad.

2.3.2.-Encuestas

Fueron aplicadas al personal que trabaja en la institución del municipio de Montecristi.

2.3.3.-Bibliografía

Información seleccionada y analizada de revistas, internet y libros.

2.4.-Proceso de recopilación de Información.

Para poder llevar a cabo una atenta y eficaz investigación y obtener resultados exactos y confiables, fue preciso aplicar técnicas de recolección de datos estadísticos como la entrevista técnica, las mismas que se aplicaron a los Directores de los diferentes departamentos del municipio de Montecristi los cuales fueron:

- ✓ Departamento de adquisición de bienes.
- ✓ Departamento de Comunicación.
- ✓ Departamento de fiscalización.
- ✓ Departamento de Planificación y desarrollo comunitario.
- ✓ Departamento de obras públicas.
- ✓ Departamento de contabilidad.
- ✓ Departamento de certificaciones.

Las encuestas fueron aplicadas al personal que trabaja en la institución del municipio de Montecristi. Para un mejor análisis en la recopilación de la información.

2.5.-Procesamiento de la información

- Seleccionar la Información brindada por los Directivos del municipio de Montecristi
- Tabular los datos estadísticos elaborados en el programa Excel, los resultados generados por las encuestas y entrevistas.
- Trasformar los resultados a gráficos estadísticos con cuadros y barras.
- Análisis de los resultados obtenidos, descendiendo a las conclusiones y recomendaciones.

Los resultados logrados en esta investigación se ven reflejado en las respuestas expresadas por cada miembro de la institución, los mismos que fueron representados por gráficos, seguido del análisis y sus respuestas.

Para efectuar esta investigación se hizo uso de los programas como Microsoft Word, Microsoft Excel

2.6.-Recursos

Los recursos que utilizamos para elaborar la investigación son:

2.6.1.-Humanos:

Públicos Internos

Directores de los Departamentos

Investigadores

Director de Tesis

2.6.2.-Materiales:

Computadora

Internet

Pendrive

Copias

Impresora

Trasporte

Texto

Varios

2.6.3.-Económicos:

El valor que fue cubierto por mi cuenta y apoyo.

Los pasos para el proceso de la información fueron los siguientes:

2.7.-RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS

2.7.1.-ENTREVISTAS DIRIGIDAS A LOS DIRECTORES DE LOS DEPARTAMENTOS DEL MUNICIPIO DE MONTECRISTI.

1.- ¿Conoce Ud. si existe un departamento de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

De acuerdo con las entrevistas realizadas se interpretó que todos los Directores de los Departamentos conocen que si existe dicho departamento.

2.- ¿Conoce Ud. si el departamento de comunicación tiene elaborado un plan de comunicación organizacional?

La percepción que los directores dieron a conocer es que si conocen el plan de comunicación organizacional que el departamento de comunicación tiene elaborado.

3.- ¿Emita un comentario sobre la importancia que tiene la aplicación de un plan de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

- ✓ Es muy importante porque a través de él se conocen los planes y proyectos a efectuarse
- ✓ Mantiene informado al público interno de las actividades que se van desarrollar en el Gad
- ✓ Sirve como marco para las acciones comunicativas, es decir será la estrategia que recoja en el documento el mensaje y estilo de muestra en todos los ámbitos del municipio de Montecristi.

4.- ¿De qué manera cree Ud. que actúa un plan de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

Los directores afirman que este plan de comunicación organizacional ayuda a conseguir los objetivos y planes a desarrollo que persigue el municipio de Montecristi.

5.- ¿Conoce Ud. si el departamento de comunicación organizacional ha mejorado las relaciones con los públicos interno y externo?

Es importante el resultado obtenido de las entrevistas en esta pregunta, todos los directores estuvieron de acuerdo que si han mejorado las relaciones y que de esta forma se maneja una excelente comunicación.

2.8.-RESULTADOS DE LA ENCUESTA

2.8.1.-Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo se deriva a interpretar y presentar los datos que se alcanzaron con la aplicación de las encuestas realizadas en esta investigación.

Para señalar un mejor análisis estos se presentan por separado. La primer parte comprende los resultados de las encuestas dirigidas al personal que labora en el municipio de Montecristi y la segunda fue la entrevista aplicada a los directores de los diferentes departamentos de la municipalidad lo cual permite correlacionar la información proporcionada

La recopilación de este análisis e interpretación de la información va dirigida hacia el cumplimiento de los siguientes objetivos específicos.

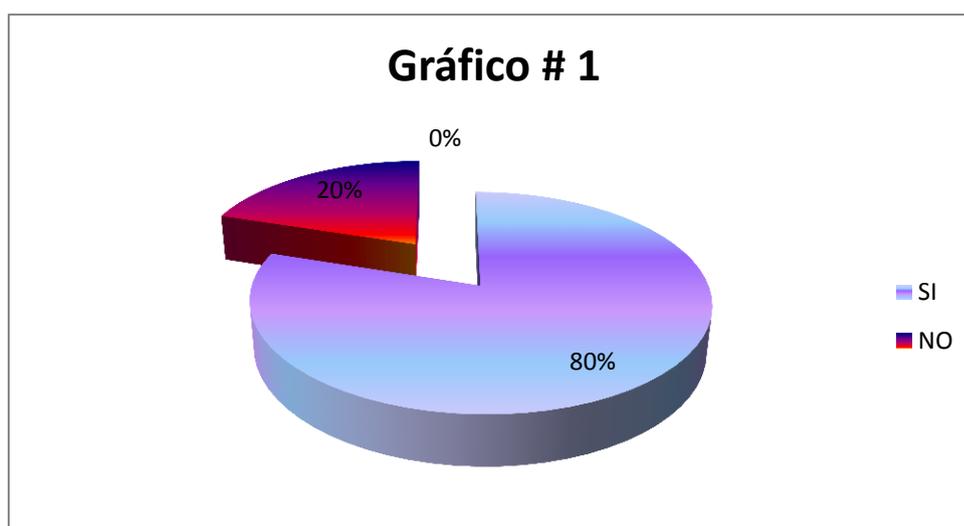
- Proponer un plan de comunicación organizacional para que fortalezca la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.
- Establecer un programa de difusión de todos los actos que desarrolla el municipio de Montecristi para reforzar la comunicación organizacional.
- Diseñar una guía de comunicación que permita viabilizar el manejo de la información tanto a nivel interno o externo.
- Promover la participación y vinculación de los involucrados para cada una de las actividades que se lleven a cabo en la municipalidad.
- Utilizar este plan de comunicación ya diseñado para optimizar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.

ENCUESTA ORIENTADA A LOS PÚBLICOS INTERNOS (servidores y servidoras) DEL MUNICIPIO DE MONTECRISTI

RESULTADOS

1. ¿Conoce Ud. si existe un departamento de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

Detalles	Frecuencia	Porcentajes
Si	34	80%
No	5	20%
Total	39	100%



Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano

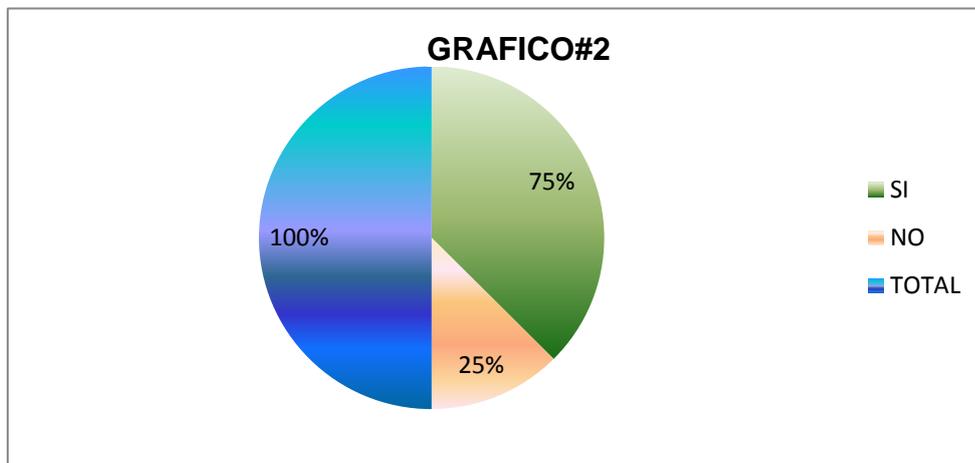
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El 80% de los empleados de la institución del municipio de Montecristi si conoce que existe el departamento de comunicación organizacional, mientras el 20 % de ellos afirma no saber con exactitud si lo hay.

Es importante reconocer que la mayoría de los trabajadores si conocen que existe dicho departamento y el trabajo que realiza dentro de la institución; siendo esto una fortaleza para la misma, ayudando al desarrollo continuo institucional, porque cuando los empleados denotan entusiasmo en sus actividades laborales diarias ayudan para que el entorno laboral se acondicione de manera excelente, dando como resultado el cumplimiento de objetivos que son claves para el éxito.

2. ¿Conoce Ud. si el departamento de comunicación tiene elaborado un plan de comunicación organizacional?

Detalles	Frecuencia	Porcentajes
Si	33	80%
No	6	20%
Total	39	100%



Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

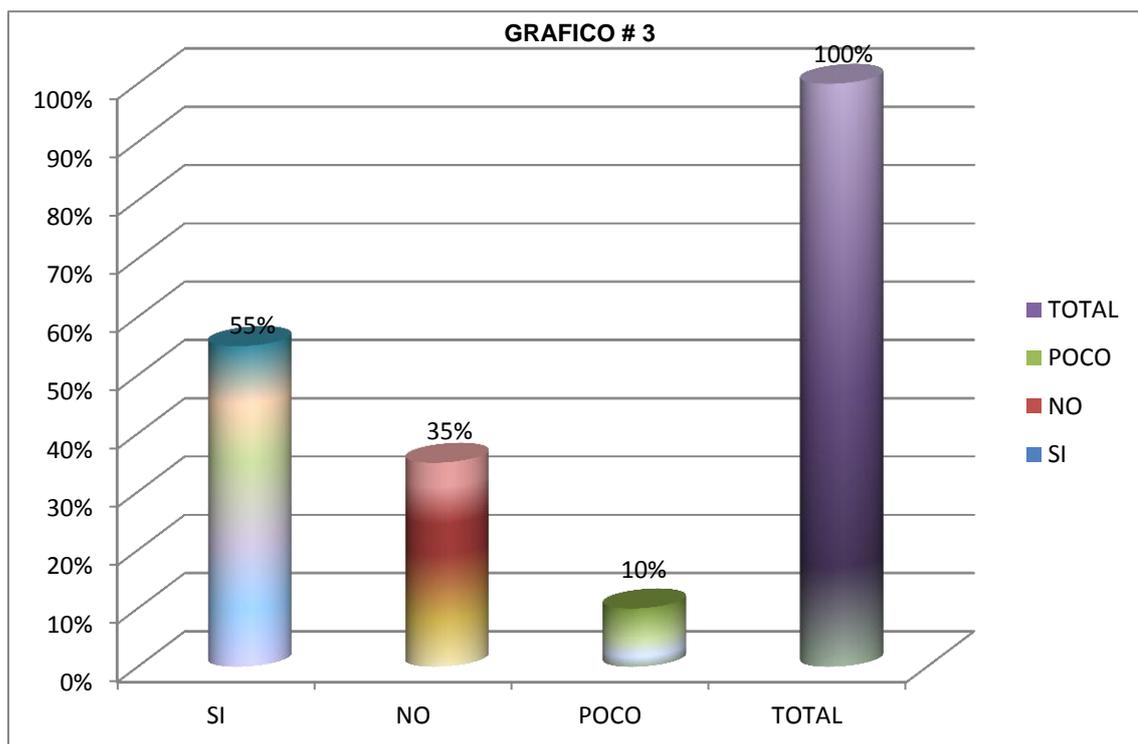
Dentro de la institución del municipio de Montecristi 75% dice que si conocen el plan de comunicación organizacional que tiene el dircom, y el 25% no conoce aún el plan de comunicación que está aplicando en el departamento de comunicación lo que hace que exista problemas a futuro y existan falencias en la comunicación que emprenden día a día el público interno de esta institución.

3.- ¿Conoce Ud. que es un plan de comunicación organizacional?

Detalles	Frecuencia	Porcentajes
Si	25	55%
No	9	35%
Poco	5	10%
Total	39	100%

Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano



ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

El objetivo de esta pregunta es saber si los miembros de la Institución si conocen y si tienen claro que es un plan de comunicación organizacional.

Y se presentan los siguientes resultados:

La mayoría de los miembros si conocen sobre que es un plan de comunicación organizacional las mismas que están representadas por el 55%, y lo he enmarcado como favorable, porque esta forma parte de la institución y por ende contribuye a la optimización de la comunicación con los públicos interno.

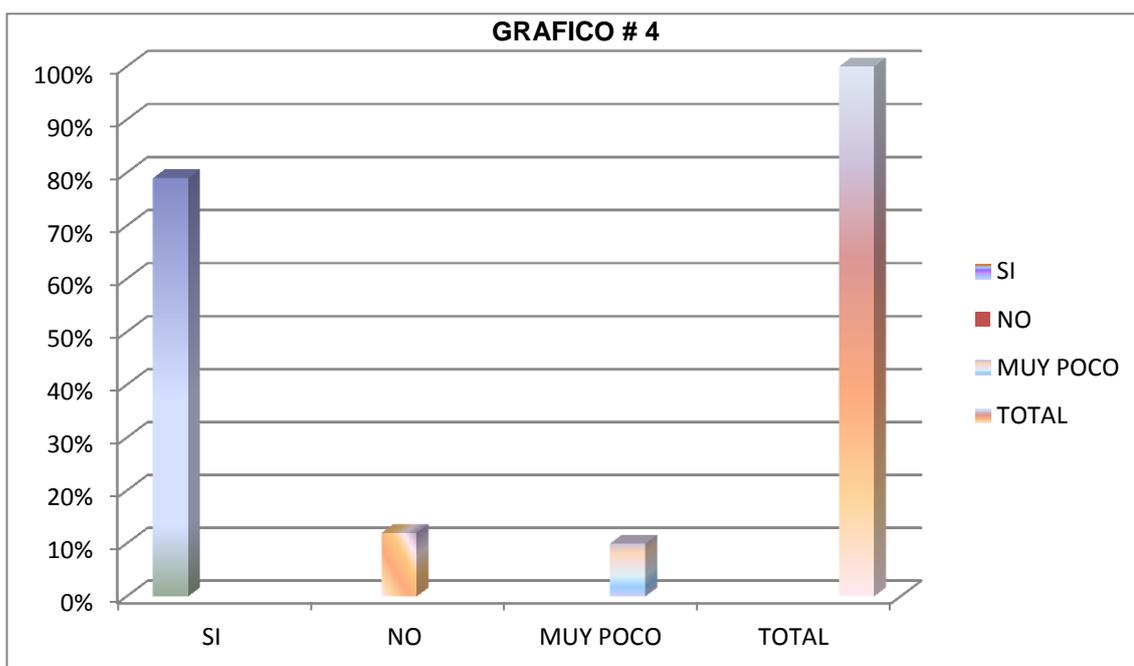
El 35% obtenido en la opción (no) como respuesta, nos indica que en este porcentaje se tiene que trabajar, porque es preocupante su resultado y por ende afecta en los que se quiere mejorar con los servidores de la institución. El 10% nos indica que conocen algo pero no están seguro en sí que es un plan de comunicación organizacional lo que quiere decir que resultado no deja de ser importante, ya que se tiene que hacer énfasis para cambiarlo.

4.-¿Cree Ud. que el departamento de comunicación realiza sus actividades en base a un plan de comunicación organizacional?

Detalles	Frecuencia	Porcentajes
Si	30	79%
No	5	12%
Poco	4	9%
Total	39	100%

Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano



ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

En el municipio de Montecristi un 79% de los empleados dice que el departamento de comunicación cuando realiza sus actividades y si se basa en un plan de comunicación organizacional, pero un 12% afirma que no comunica ni se basa en nada de lo que conviene a su departamento, y el 9% está de acuerdo que es muy poco lo que realiza dicho departamento.

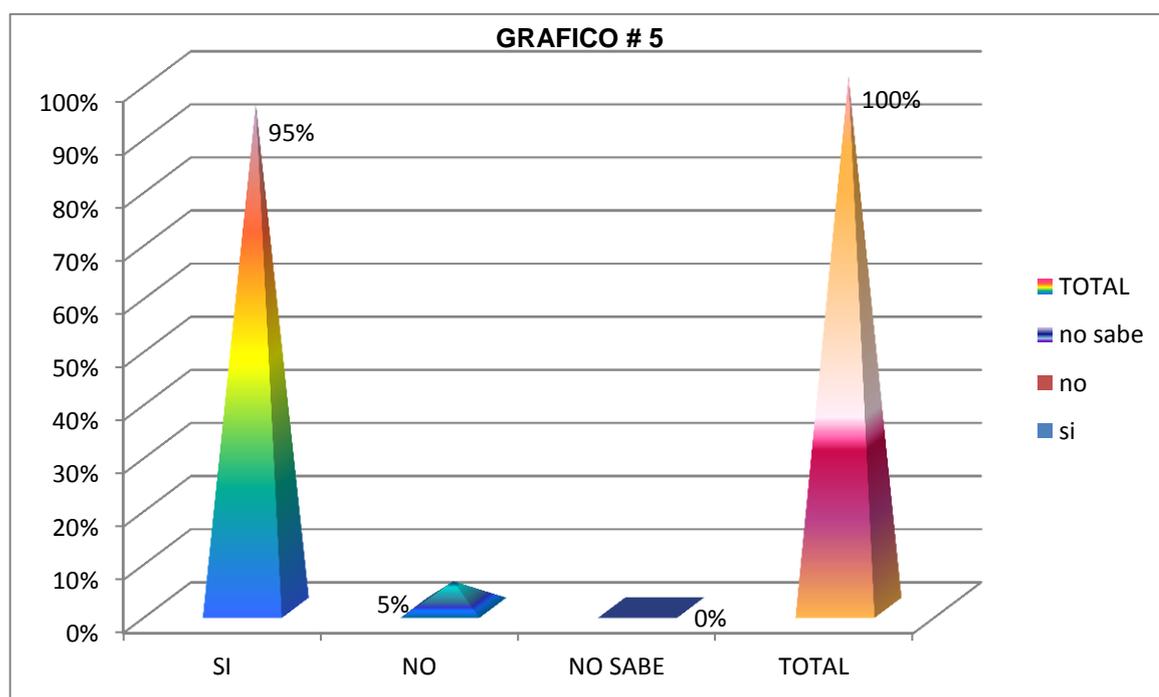
Es claro que dentro de la institución lo más difícil es manejar la comunicación con el público interno lo cual perjudica para desarrollar las capacidades de los empleados, pero también es muy cierto que la comunicación organizacional debe ser una prioridad para los directores de la institución, del municipio de Montecristi. Podemos apreciar que la mayoría de los empleados se desenvuelven dentro de una comunicación efectiva, siendo este un punto clave.

5.- ¿La utilización de un plan de comunicación organizacional permite que los directivos y personal que labora en el Municipio de Montecristi adquieran una nueva cultura organizacional?

Detalles	Frecuencia	Porcentajes
Si	35	95%
No	4	5%
No sabe	0	0%
Total	39	100%

Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano



ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

El 95% de los empleados del municipio opinan que la utilización de un plan de comunicación organizacional si se adquiere una nueva cultura organizacional para que el desarrollo de su trabajo sea efectiva, mientras que un 5% dice que no ayudaría que deberían tomarse otras medidas.

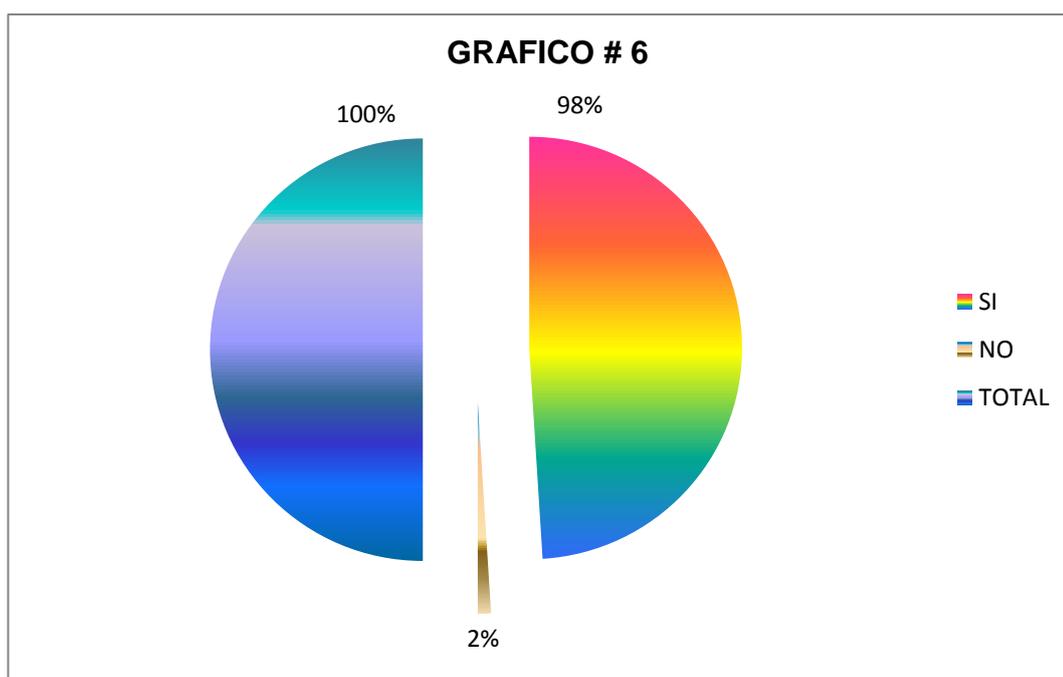
Teniendo en cuenta que una institución debe ser, una familia empresarial donde debe existir un apoyo mutuo, de modo que todos juntos puedan encaminar dicha institución como debe de ser, por lo tanto los empleados, al no sentir ese apoyo de los directivos, no pueden demostrar ningún grado de interés con sus labores diarias; repercutiendo en su desempeño laboral y por lo cual afecta únicamente a la institución.

6.- ¿Cree Ud. que con la implementación de un plan de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi ayudaría a mejorar la comunicación organizacional con su público interno?

Detalles	Frecuencia	Porcentajes
Si	38	98%
No	1	2%
Total	39	100%

Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano



ANÁLISIS E INTERPREACION DE DATOS

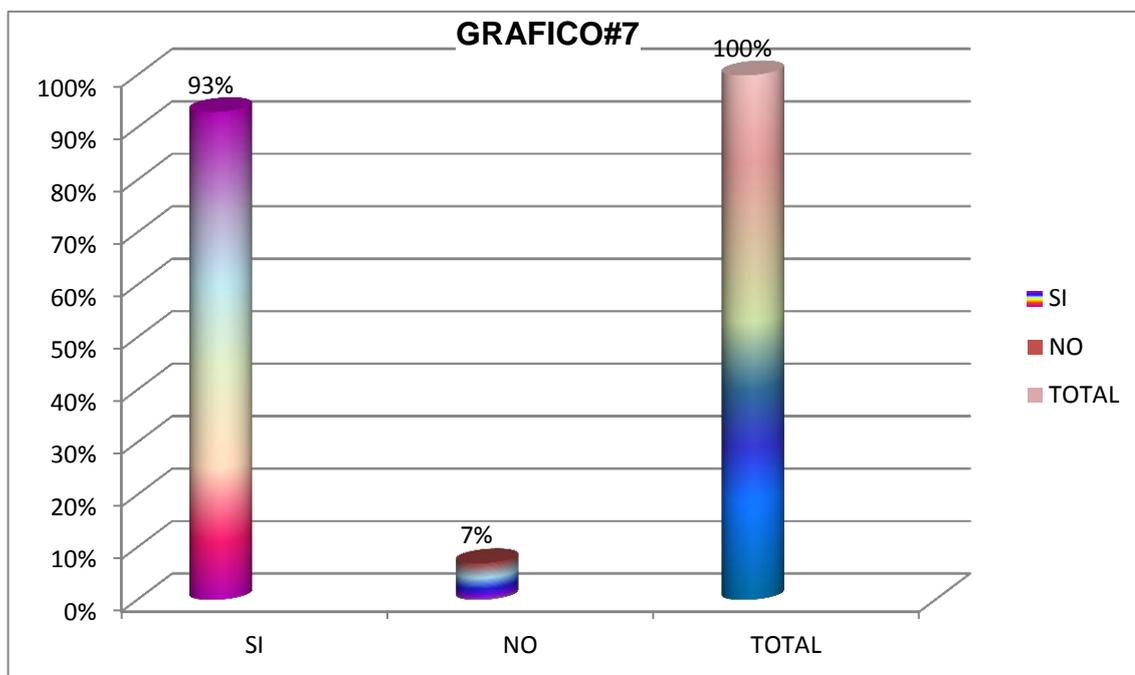
En el municipio de Montecristi un 98% de los empleados dice que la implementación de un plan comunicacional ayudaría mucho a mejorar la comunicación entre su público y que así mismo la comunicación organizacional fluiría de forma constante y veraz, pero un 2% afirma que no que deberían buscar otra forma para mejorar la comunicación y que sea una forma en que todos los departamentos concuerden y que fluya de forma natural y sea verídica antes de comunicar.

7.- ¿Conoce Ud. el orgánico estructural de la institución?

Detalles	Frecuencia	Porcentajes
Si	35	93%
No	4	7%
Total	39	100%

Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano



ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

El objetivo de esta pregunta para saber la opinión de los miembros del municipio de Montecristi, sobre si ellos conocen el orgánico estructural de la institución el cual es de importancia porque todo trabajador debe saber cuántas y como están divididas las áreas y esto debe ser comunicado través del departamento de comunicación.

El resultado que se obtuvo en esta pregunta es el siguiente:

El 93% de los empleados respondieron que si lo conocen porque lo ven por medio de la página web y tienen formada una idea de cómo está estructurada dicha institución

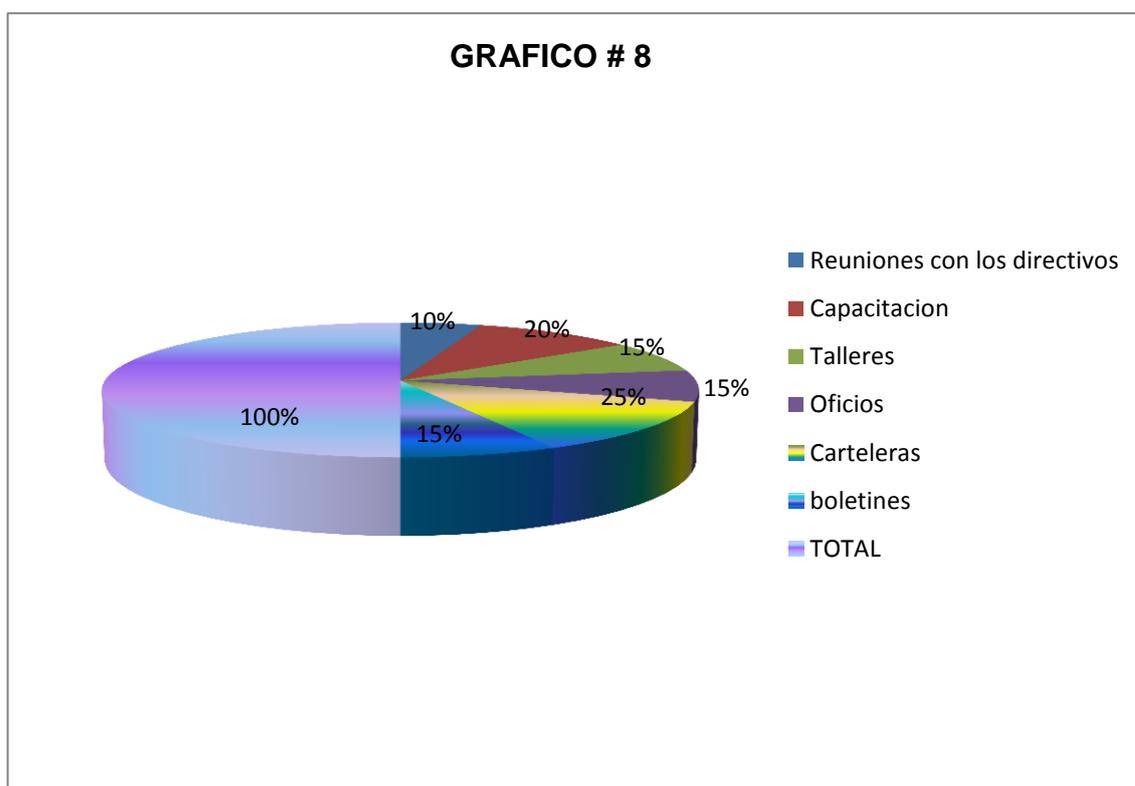
El representa el 7% de la población respondieron que no conocen y esto les afecta porque incide en su ámbito de trabajo.

8.-¿De acuerdo a su criterio que tipo de actividades ha desarrollado el departamento de comunicación en base al plan de comunicación existente?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Reuniones con los directivos	5	10%
capacitación	15	20%
talleres	10	15%
Oficios	3	15%
carteleras	3	25%
Boletines de prensa	3	15%
TOTAL	30	100%

Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano



ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS

El resultado que se obtuvo en esta pregunta es el siguiente:

Los miembros de la Institución que representa el 10% de la población respondieron con la opción (reuniones con los directivos), considerando que es un potencial importante.

El 20% de la población respondieron con la opción (capacitación) siendo este importante porque les permite confraternizar con los demás departamentos.

Los miembros de la Institución que reflejan el 15% con la opción: (talleres) referente a la pregunta, consideran que es un potencial importante porque le O87permite preparase de tal forma que ellos se sientan satisfecho en el ámbito laboral. .

La opción (carteleras) que tuvo mucha aceptación por el personal del municipio de Montecristi quedando con un total del 25%, considerando los encuestados que sería una de las bases principales que debería tener cada departamento señalando que actividades se van a realizar en la institución.

La opción (boletines de prensa).refleja un 15% siendo también primordial.

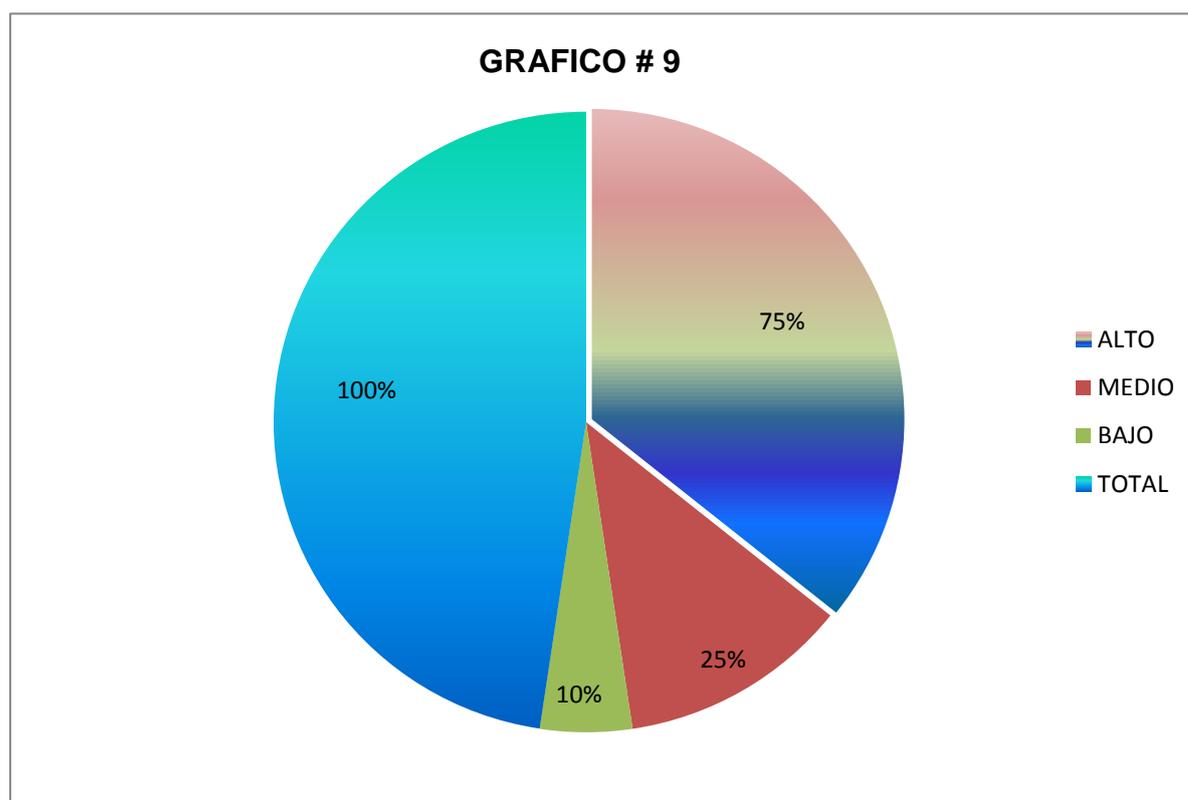
9.-¿En qué nivel considera Ud. se fortalecerá, el municipio de Montecristi con la implementación de un plan de comunicación organizacional?

Tabla # 9

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Alto	28	75%
Medio	7	15%
Bajo	4	10%
Total	39	100%

Fuente: Municipio de Montecristi

Elaborado por: Fabiola Maribel Barcia Mantuano



ANÁLISIS E INTERPRETACION

El resultado que se obtuvo en esta pregunta es el siguiente:

Los miembros de la Institución que representan el 75% de la población respondieron con la opción (Alto), considerando que es un potencial importante; el 15% de la población respondió con la opción (Medio) y el 0% de la población respondió con la opción (Bajo).

En primer lugar se encuentra la Opción (Alto) representando al 75% de la población, según su perspectiva consideran, que mediante la optimización de la implementación de un plan de comunicación organizacional se fortalecerá en un alto nivel la eficiencia y el desempeño de los miembros del municipio de Montecristi, como segundo lugar tenemos la opción (Medio), que representa 25% de la población considera la en un nivel de mejora continua.

2.8.3.-VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

De acuerdo con los resultados obtenidos en los análisis del trabajo, la hipótesis:

“La aplicación de un plan de comunicación organizacional desarrolla las competencias de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi”.

Queda confirmada porque de acuerdo con la apreciación de los empleados encuestados el 90% coinciden en que los beneficios de la aplicación de un plan de comunicación organizacional en el municipio son positivos para mejorar la comunicación organizacional entre directores y empleados, también expresaron en un 74% que con el plan de comunicación organizacional se alcanzara que los colaboradores se sientan satisfecho en su lugar de trabajo y alcancen el éxito empresarial y la responsabilidad social que debe brindar la municipalidad.

De igual manera los directores de los diferentes departamentos coinciden en un 96% que con la utilización de un plan de comunicación desarrollara que la comunicación fluya de forma normal cuyas razones la fundamentaron en un 100% porque una capacitación acerca de cómo se maneja la comunicación organizacional, cuáles son sus ventajas, desventajas objetivos de la comunicación lo cual contribuirá al desarrollo institucional, el 96% porque es un recurso aplicable y facilita el entendimiento de la información verificada.

CAPITULO III

3.-PROPUESTA

3.1.1.-Título de la propuesta

Plan de comunicación organizacional como recurso de apoyo para mejorar la comunicación organizacional del Municipio de Montecristi.

3.2.-Descripción de la propuesta

La Propuesta que tiene como nombre de” plan de comunicación organizacional donde se encuentren inmersos diferentes elementos de comunicación tales como: seminarios, talleres, carteleras, medios electrónicos (plasma, video, e-mail), publicación de una revista institucional interna que ayuden a mejorar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.

3.3.-Justificación

A partir de la investigación que se realizó previamente, se ratificó mediante las entrevista y encuestas el diseño de una propuesta que tiene por nombre “plan de comunicación organizacional como recurso de apoyo para mejorar la comunicación organizacional del Municipio de Montecristi.

La aplicación de este plan de comunicación organizacional se da con el fin de mejorar la comunicación organizacional. Ya que es necesaria porque mediante este se contribuirá con el desarrollo de la información en la Institución.

El plan de comunicación organizacional permitirá que se lleve una mejor estrategia de comunicación internamente en el entorno laboral, debido a las

múltiples ocupaciones que tiene cada departamento, es muy difícil manejar una comunicación fluida y eficaz.

Es por esta razón que surge la necesidad de justificar y aplicar esta herramienta comunicativa que tiene como objetivo optimizar la comunicación organizacional.

Por esta razón se usará un plan de comunicación organizacional ya que contribuirán con lo siguiente:

- Mejorar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.
- Fortalecer la Comunicación organizacional de cada uno de los departamentos y miembros que forman parte del municipio de Montecristi.
- La comunicación será más certera, veraz, eficaz, eficiente, para toda la Institución.
- La perspectiva de que la comunicación organizacional mejorara notablemente con su público interno.

3.4.-OBJETIVOS

3.4.1.-Objetivo General

Aplicar un plan de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi

3.4.2.-Objetivos específicos

- Proponer un plan de comunicación organizacional para que fortalezca la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.

- Establecer un programa de difusión de todos los actos que desarrolla el municipio de Montecristi para reforzar la comunicación organizacional.
- Diseñar una guía de comunicación que permita viabilizar el manejo de la información tanto a nivel interno o externo.
- Promover la participación y vinculación de los involucrados para cada una de las actividades que se lleven a cabo en la municipalidad.
- Utilizar este plan de comunicación ya diseñado para optimizar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.

3.5.-ESTRATEGIAS

El municipio de Montecristi tiene una gran necesidad de comunicar, pero es esencial que exista una evaluación y selección en los mensajes y en la información y medios que se vayan a utilizar. En este caso, el estudio ejecutado determino que los medios que más utiliza el municipio de Montecristi para comunicar es el (teléfono, memorándum, e-mail, cartas.) los cuales son muy útiles en un determinado momento; pero en la actualidad las instituciones se están desarrollando en brindar un servicios más competitivo y acelerado donde la nueva tecnología en comunicación juega un papel muy importante, esto con el fin de mejorar su relación comunicativa ,y se debe hacer uso de estrategias con el propósito de mantener actualizado a sus empleados acerca de la misma. Esto con la finalidad de mejorar o reforzar la comunicación organizacional hacia sus diferentes públicos.

Dependiendo del mensaje que se diseñe y se desee difundir se escogerá el o los medios más prácticos entre los cuales están:

3.5.1.-Medios electrónicos (plasma, e-mail)

Entre estas posibilidades tenemos: e-mail, cuyas ventajas son la rapidez, interactividad, multidifusión, facilidad de fijación del destinatario, y también el plasma que es un mecanismo interno que tiene la ventaja de ser un medio rápido e instantáneo.

Importancia

Esta herramienta se considera importante ya que se puede compartir con una o varios miembros de la institución proporcionando así la comunicación, es por esta razón se encarga que la institución maneje información mediante un plasma y teniendo su propio correo.

Se considera importante que el municipio de Montecristi tenga su propio plasma y email, de este modo podrá hacer llegar la información mucho más rápida y veraz, teniendo en cuenta que lo que se va a comunicar solo sean asuntos de la institución.

Modo de Aplicación

Se recomienda que el uso de las cuentas y el plasma sea solo para trabajo, y que se comunique lo que se tiene que comunicar, es recomendable que su seguridad en sistemas informáticos este en constante verificación y actualización.

De esta manera se considera necesario que se utilice estas herramientas durante todo el año laboral para facilitar la comunicación interna del municipio de Montecristi.

3.5.2.-Publicación de una revista

La importancia de una revista institucional es que en ella coinciden informaciones de diferentes áreas y departamentos, de esta forma se originará una comunicación ascendente, descendente y lateral que por un lado beneficiará a la personalización de sus integrantes y por otro la valoración como persona, creando así un sentimiento de pertenencia. Estas publicaciones se adecuan a los hábitos de lectura de cada cual y crea una cita periódica entre la redacción y el personal de las diferentes departamentos.

Importancia

Dentro de las organizaciones es de vital importancia tener una adecuada comunicación para que todos sus miembros estén enterados de lo que sucede en la institución y para que de esta forma se sientan partícipes de las actividades que realiza la misma.

Actualmente una revista institucional es utilizada para publicar información al día de las distintas actividades que suceden en la institución ya que este es el transporte de comunicación más eficiente y completo de una organización su labor es mantener informado al público interno y externo de cualquier tema que se crea sea importante esto nos permitirá tener una comunicación positiva.

Modo de Aplicación

Esta revista institucional será aplicada para el público interno de la institución ya que esta pondrá al tanto de lo que se va a desarrollar en la misma aunque no es muy común esta aplicación de una revista en una institución es de gran importancia porque ayuda a que la persona que la adquieran se sientan comprometida con la misma.

3.5.3.-Las Invitaciones

La invitación es un medio formal que algunas instituciones están utilizando, ya que de esta manera se espera obtener algo de la persona que la recibe, como que asista o cumpla lo indicado.

Importancia

Esta se considera importante para la institución por lo siguiente:

- Muestra credibilidad de lo que se va a desarrollar.
- Compromete asistir a quien la reciba y deba estar en el lugar citado.
- Especificar la Información sobre lo que se va a desarrollar.
- Mejora la comunicación organizacional.
- Muestra consideración y respeto para quien la reciba.
- Es un medio practico para informar.

Modo de Aplicación

Esta se maneja en especificar la información, si es un evento al que se desea invitar, la invitación tiene que asumir el motivo o razón, el lugar, el día y la hora.

Para el uso de la o las invitaciones en el municipio de Montecristi se hará su uso eventualmente, es decir cuando se considere necesario.

3.5.4.-Buzón de Ideas

El buzón de ideas es considerada una de las más importantes, ya que esta admite que los colaboradores de la institución contribuyan con innovadoras propuestas que pueda beneficiar y contribuir en el desarrollo de una mejor comunicación.

Importancia

La contribución de ideas por parte de los miembros de la institución que conocen y saben cómo se maneja su entorno laboral en la institución, genera que se sienta incluido lo cual genera un mejor clima laboral.

Modo de aplicación

El buzón de ideas se utilizará durante todo el año laboral, y se revisará semanal mente, ya que de esta forma se espera que todos sus colaboradores se sientan partícipes de las opiniones y decisiones que se toman en la institución.

El departamento de Planificación y Gestión será el encargado de analizar cada idea planteada, en caso de que ellos mediten una o algunas ideas relevantes según la necesidad de la institución, ésta se mostrará al alcalde el cual tomará la última palabra de aprobación.

Con la aplicación de este medio comunicativo se espera, alcanzar las diferentes opiniones de los miembros de la institución del municipio de Montecristi para que dejen saber en qué se tiene que mejorar o en que está fallando el canal de información y mejorar la situación actual de la institución.

3.5.5.-Carteleras informativas

Las carteleras informativas son un recurso habitual de la comunicación interna es una de las más utilizadas por las instituciones su finalidad es informar de manera atrayente permite que se emplee para un mejor clima laboral.

Importancia

Se utiliza con la finalidad de difundir información actual y de interés sobre la institución en la misma pueden publicarse contenidos tales como: eventos, talleres, cronogramas de actividades, reconocimientos alcanzados etc.

La utilización de una cartelera informativa es medio estratégico para potencializar el sentimiento de pertenencia y estimular la participación de quienes forman parte de la institución donde laboran.

Modo de aplicación

Las carteleras informativa se debe colocar en un lugar estratégico donde sea visible y el personal del municipio y la cual debe actualizarse su información cada 10 15 días para no perder su importancia hacia su público interno.

3.6.-CRONOGRAMA DE LA PROPUESTA

Mes	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Análisis e interpretación de la situación de la institución	■											
Aplicación de un plan de comunicación organizacional				■								
Aplicación de estrategias de comunicación							■					
Seminario de Capacitación de comunicación organizacional a los directores									■			
Resumen de datos estadísticos sobre la mejora de la comunicación organizacional											■	

3.7.-BENEFICIARIOS DE LA PROPUESTA

Los principales beneficiario será el público interno y los jefes de los diferentes departamentos del municipio de Montecristi porque en ellos mejorara la comunicación organizacional ya que este es un eje esencial en la institución porque ellos son los involucrados directos y se beneficiaran para alcanzar el éxito laboral, y los beneficiarios indirectos será el público externo porque va a experimentar el cambio en sus servidores.

4.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1.-Conclusiones

Conclusión en relación al objetivo general

- Se concluye que es importante reconocer que la mayoría de los trabajadores si conocen que existe dicho departamento y el trabajo que realiza dentro de la institución; siendo esto una fortaleza para la misma, ayudando al desarrollo continuo institucional, porque cuando los empleados denotan entusiasmo en sus actividades laborales diarias ayudan para que el entorno laboral se acondicione de manera excelente, dando como resultado el cumplimiento de objetivos que son claves para el éxito.
- Se Finiquita que dentro de la institución del municipio de Montecristi los colaboradores si conocen el plan de comunicación organizacional que tiene el dircom de la institución, lo que causa que no existan problemas a futuro y existan falencias en la comunicación que emprenden día a día el público interno de esta institución.
- Analizando esta respuesta se hace una breve reflexión en que La mayoría de los miembros si conocen sobre que es un plan de comunicación organizacional lo que contribuye mucho a mantener a la optimización de la comunicación con los públicos interno. denotando en que la importancia de comunicar permite evaluar, planificar y organizar estrategias que movilicen planes positivos de la institución.
- De se concluye que el departamento de comunicación cuando realiza sus actividades y si se basa en un plan de comunicación organizacional

ya que es claro que dentro de la institución lo más difícil es manejar la comunicación con el público interno lo cual perjudica para desarrollar las capacidades de los empleados, pero también es muy cierto que la comunicación organizacional debe ser una prioridad para los directores de la institución.

- Se deduce que una institución debe ser, una familia empresarial donde debe existir un apoyo mutuo, de modo que todos juntos puedan encaminar dicha institución como debe de ser, por lo tanto los empleados, al no sentir ese apoyo de los directivos, no pueden demostrar ningún grado de interés con sus labores diarias; repercutiendo en su desempeño laboral y por lo cual afecta únicamente a la institución.
- La conclusión de esta pregunta es de gran importancia porque todo trabajador debe saber cuántas y como están divididas las áreas y esto debe ser comunicado través del departamento de comunicación.
- según su perspectiva consideran, que mediante la optimización de la implementación de un plan de comunicación organizacional se fortalecerá en un alto nivel la eficiencia y el desempeño de los miembros del municipio.

4.2.-Recomendaciones

Recomendación en relación al objetivo general

- Se recomienda que es importante reconocer que la mayoría de los trabajadores si conocen que existe dicho departamento y el trabajo que realiza dentro de la institución; siendo esto una fortaleza para la misma, ayudando al desarrollo continuo institucional
- Se recomienda que todos los miembros del municipio de Montecristi, que conozcan sobre la comunicación organizacional y como se difunde en la Institución, es decir su ejecución, transmisión, el canal de comunicación que se utiliza etc. Sean estos miembros antiguos o nuevos, de esta manera se facilitará que circule una información veraz y precisa.
- Crear estrategias comunicacionales a nivel interno y externo entre las que se destacan las siguientes: comenzar campañas para mejorar la comunicación organizacional mediante (Seminarios, conferencias, conversaciones con personas especializadas en el área comunicacional)
- Se recomienda seguir utilizando el plan de comunicación organizacional, el cual es bien aceptado y considerado según los colaboradores del municipio de Montecristi, ya que este ayuda a fortalecer la comunicación organizacional en la institución.
- Mantener informado al público interno y externo a través de las algunas herramientas de comunicación todo cuanto se haga o acontezca dentro

de la institución a través de canales o medios tales como: informativos ubicados en lugares estratégicos donde puedan ser visualizados y llamen la atención del lector, elaborar revistas informativas, ubicar buzones de sugerencias, entre otros).

4.3.-BIBLIOGRAFÍA

- Comunicación organizacional. Xavier Patxot.
- Comunicación de dirección Fayol 1949, Alien 1977.
- Cees. B.M.Van Riel profesor y director de comunicación corporativa de la universidad Erasmo de Rotterdam, Holanda.
- Comportamiento organizacional Robbins, Stephen
p.2004.comportamiento organizacional.10ed.Mexico: Pearson Educación.
- Clima organizacional Litwin y Stinger1979.
- Comunicación interna. Garrado, A.24 de agosto de 2013.
- Cultura organizacional Fraunfoher Thompson, Stepehn.
- Estructura de una Organización. Creación y dirección Pymes.pag.153.
- Gestión del cambio organizacional y herramientas.pag.29.1998
- Lic. Karla Ivette King Nuñez. Comunicación organizacional
- Nuevas formas de organización por Cees Van Riel. Número 34.
- Relaciones públicas. Lic. Natalia Martini mayo de 1988.
- Tipos de comunicación organizacional Darío Rodríguez Mansilla libro gestión empresarial.
- Valor Organizacional. Alvarado y Estrada, 2002:26-29.

- ZEPEDA, F. (1999) Psicología Organizacional. México: Addison Wesley Longman de México, 1999.

INTERNET

- <https://afalcon.wordpress.com/2008/02/12/relaciones-publicas-en-el-mundo-empresarial/>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf
- <http://definicion.de/relaciones-laborales/>
- <http://www.definicionabc.com/general/reforma-laboral.php>
- <http://definicion.de/comunicacion/>
- www.ehowenespanol.com/comunicación-estructura-organizacional-sobre105028/
- http://www.ehowenespanol.com/cultura-organizacional-efectos-negativos-info_464872/
- http://www.ehowenespanol.com/crear-plan-comunicacion-organizacional-como_394815/
- <http://es.slideshare.net/sandraebf/comunicacion-14335400?related=2>
- www.grandespymes.com.ar/2012/04/11/comunicación-organizacional-tipos-y-formas/
- <http://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>
- <http://www.monografias.com/trabajos28/comunicacion/comunicacion.shtml>

- <http://www.monografias.com/trabajos5/relhuman/relhuman4.shtml#.shtml#ixzz3h7BaTQaH>
- <http://www.monografias.com/trabajos86/la-comunicacion-organizacional/la-comunicacion-organizacional.shtml#ixzz3fEnQ8Mjn>
- <http://www.monografias.com/trabajos42/psicologia-organizacional/psicologia-organizacional2.shtml#ixzz3k8JMoNxp>
- www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/cvanriel.htm
- <http://www.rppnet.com.ar/intrrpp.htm>
- http://html.rincondelvago.com/relaciones-publicas_6.html
- <http://www.omniacomunicacion.com/comunicacion-marketing/auditorias-de-comunicacion/>
- http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.10/3107Barreras_Fallas_comunicacion.htm
- http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.10/3109Auditoria_comunicacion.htm
- http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.10/3102Tipos_comunicacion_organizacional.htm

.4.-ANEXOS

A

N

E

X

O

S



Entrada y salida del municipio de Montecristi



Entregando la entrevista a la directora de adquisición de bienes



Llenando la entrevista a la directora del departamento de comunicación



Entrevista a el director del departamento de fiscalización



Entrevista a la directora del departamento de planificación y desarrollo comunitario.

E



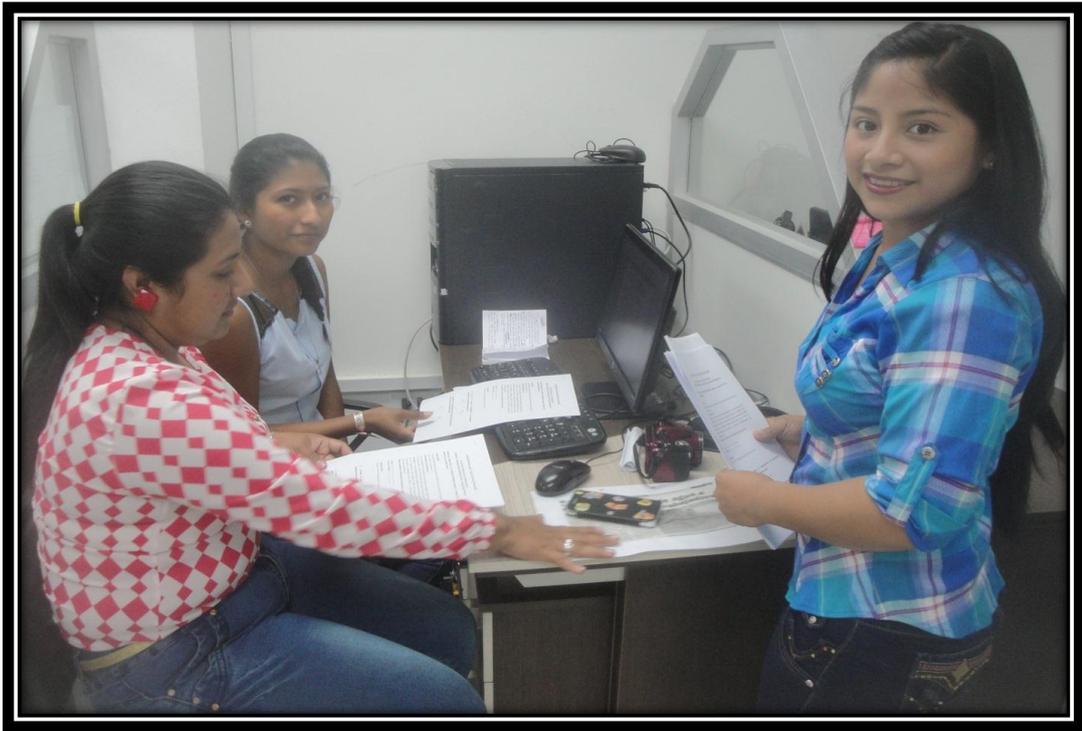
Entrevista al director del departamento de obras públicas



Entrevista realizada a la directora del departamento de contabilidad



Entrevista a el director del departamento de procuraduría



Personal del departamento de comunicación respondiendo las encuestas



Encuesta realizada a los colaboradores del municipio

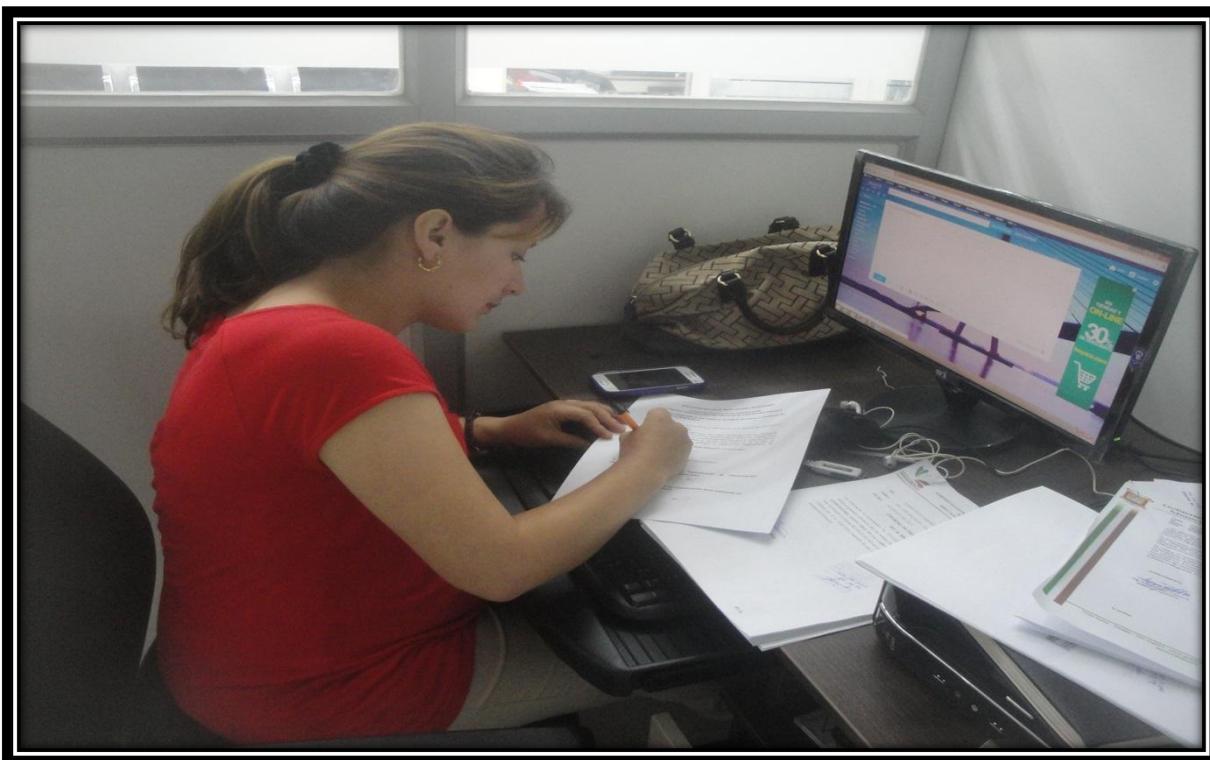
Miembros del municipio de Montecristi respondiendo las preguntas de la encuesta



Personal del departamento de obras públicas respondiendo las preguntas de las encuestas.



Personal del departamento de planificación y desarrollo respondiendo las preguntas de las encuestas.



Personal del departamento de fiscalización respondiendo las preguntas de las encuestas.



Documentos

UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO DE MANABÍ"

**FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS**

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTORES DE LOS DEPARTAMENTOS DEL MUNICIPIO DE MONTECRISTI

1.- ¿Conoce Ud. si existe un departamento de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

2.- ¿Conoce Ud. si el departamento de comunicación tiene elaborado un plan de comunicación organizacional?

3.- ¿Emita un comentario sobre la importancia que tiene la aplicación de un plan de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

4.- ¿De qué manera cree Ud. que actúa un plan de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

5.- ¿Conoce Ud. si el departamento de comunicación organizacional ha mejorado las relaciones con los públicos interno y externo?

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN CARRERA: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

ENCUESTA ORIENTADA A LOS PÚBLICOS INTERNOS (servidores y servidoras) DEL MUNICIPIO DE MONTECRISTI

FINALIDAD:

Conseguir información para proponer la optimización de la dirección de comunicación del municipio de Montecristi.

Estimado (a) servidor (a):

Como egresada de la universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”, Facultad Ciencias de la Comunicación, carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, estoy realizando mi tesis de grado previo a la obtención del título de licenciadas en Ciencias de la Comunicación; cuya finalidad es diseñar una: Propuesta de un plan de comunicación organizacional para optimizar la comunicación organizacional del municipio de Montecristi.

Nota: Le pedimos a usted proveer los datos efectivos y con letra clara.

Cargo:.....

Área de trabajo:.....

INDICACIONES:

Señale con una X la respuesta que usted considere correcta.

1.- ¿Conoce Ud. si existe un departamento de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi?

Sí

No

2.- ¿Conoce Ud. si el departamento de comunicación tiene elaborado un plan de comunicación organizacional?

Sí

No

3.- ¿Conoce Ud. que es un plan de comunicación organizacional?

Si No poco

4.- ¿Cree Ud. que el departamento de comunicación realiza sus actividades en base a un plan de comunicación organizacional?

Sí No Muy poco

5.- ¿La utilización de un plan de comunicación organizacional permite que los directivos y personal que labora en el Municipio de Montecristi adquieran una nueva cultura organizacional?

Sí No No sabe

6.- ¿Cree Ud. que con la implementación de un plan de comunicación organizacional en el municipio de Montecristi ayudaría a mejorar la comunicación organizacional con su público interno?

Sí No

7.- ¿Conoce Ud. el orgánico estructural de la institución?

Sí No

8.- ¿De acuerdo a su criterio que tipo de actividades ha desarrollado el departamento de comunicación en base al plan de comunicación existente?

Reuniones con los directivos	<input type="checkbox"/>
Capacitación	<input type="checkbox"/>
Talleres	<input type="checkbox"/>
Oficios	<input type="checkbox"/>
Carteleras	<input type="checkbox"/>
Boletines	<input type="checkbox"/>

9.- ¿En qué nivel considera Ud. se fortalecerá, el municipio de Montecristi con la implementación de un plan de comunicación organizacional?

Alto	<input type="checkbox"/>	Medio	<input type="checkbox"/>	Bajo	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	-------	--------------------------	------	--------------------------

HOJA DE VIDA

DATOS PERSONALES

NOMBRE: BARCIA MANTUANO FABIOLA MARIBEL

FECHA DE NACIMIENTO: 26 DE JUNIO DE 1992



EDAD: 23 AÑOS

ESTADO CIVIL: CASADA

CEDULA DE IDENTIDAD: 131546826-2

DIRECCIÓN: MONTECRISTI-CARCEL ELOY ALFARO

TELEFONO: 0979454393

E-MAIL: chikydulce@hotmail.com

ESTUDIOS PRIMARIOS

ESCUELA FISCAL MIXTA FLAVIO ALFARO

ESTUDIOS SECUNDARIOS

COLEGIO NACIONAL TÉCNICO LA PILA

BACHILLER EN COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS AÑO 2010

ESTUDIOS SUPERIORES

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EGRESADA: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS