



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**EXTENSIÓN CHONE**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**TEMA:**

LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO BASE PARA EL DESARROLLO  
INSTITUCIONAL DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE

**AUTORES:**

CAICEDO DUEÑAS CARLOS ATANACIO

LOOR ZAMBRANO ROSA ADELAIDA

**TUTORA:**

LIC. CIRA ZAMBRANO

CHONE – MANABI – ECUADOR

2015

Lic. Cira Zambrano, Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone, en calidad de director del presente trabajo de titulación,

## **CERTIFICO:**

Que el presente TRABAJO DE TITULACIÓN cuyo tema es: “LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO BASE PARA EL DESARROLLO INSTITUCIONAL DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE”, ha sido exhaustivamente revisada en varias sesiones de trabajo, se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de sus autores: Caicedo Dueñas Carlos Atanacio y Llor Zambrano Rosa Adelaida, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, diciembre del 2015

**Lic. Cira Zambrano**  
**TUTORA**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

La responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentados en este trabajo de titulación, son de exclusividad de sus autores.

Chone, diciembre del 2015

CAICEDO DUEÑAS CARLOS

**AUTOR**

LOOR ZAMBRANO ROSA

**AUTORA**



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ  
EXTENSIÓN CHONE**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO BASE PARA EL DESARROLLO INSTITUCIONAL DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE”, elaborado por los egresados CAICEDO DUEÑAS CARLOS ATANACIO y LOOR ZAMBRANO ROSA ADELAIDA de la carrera de Comunicación Organizacional

Chone, diciembre del 2015

Ing. Cristhian Mera Macías

**DECANO**

Lic. Cira Zambrano

**TUTORA**

.....  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

.....  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

.....  
**SECRETARIA**

## **DEDICATORIA**

Al cristalizar una meta más del largo trayecto de la vida, en el cual cada día que pasa hay un objetivo que cumplir y hoy es un día de esos al ser una profesional; por este logro obtenido con mucho sacrificio y dedicación lo dedico de manera especial a mis padres Juan Loor y Narcisa Zambrano, que siempre me han brindado su apoyo incondicional en cada paso que recorrí para obtener este título; de igual manera dedico a mis hermanos y hermanas, y con un cariño especial para Mayita Monserrate quien me ayudó a fortalecer mi vida empujándome hacia este camino, y a todas aquellas personas que aportaron para que este sueño se haga realidad; a Carlos Caicedo mi esposo por ser un pilar fundamental en mi vida y en esta etapa universitaria, y además, como olvidar de agradecer y dedicar este mérito al maestro de maestros “DIOS” por ser mi guía en cada paso que doy y hacer posible que mis objetivos y metas se hagan realidad.

Rosa Loor.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a “Dios” por haberme regalado esta nueva oportunidad para el cambio de mi vida, a mi Padre Atanacio y a mi Madre Carmen que desde el infinito me regalan sus bendiciones cada día para seguir triunfante con esfuerzo, dedicación y sacrificio en mi profesión... a mi esposa Rosa Loor, persona que me enseñó a no temerle a la vida para seguir adelante juntos en mi carrera universitaria.

A mis amados hijos Juan Carlos, Gabriela Cecibel, Diana Carolina, Cristhian Andrés, y a mi nietecita Keythi Fernanda que son los cinco pilares fundamentales para mi vida; a mis demás familiares, amistades, y colegas periodistas que siempre estaban empujándome para que siguiera adelante rompiendo barreras, en fin, a todas y todos les dedico este triunfo.

Carlos Caicedo.

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos agradecer a DIOS por la fortaleza, sabiduría y salud que nos ha dado para culminar con éxito nuestra primera carrera universitaria.

De la misma manera, es importante agradecer a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone por abrirnos sus puertas y permitirnos adquirir conocimientos en ciencias de la Comunicación Social mención en Comunicación Organizacional.

Vaya también, nuestros sinceros agradecimientos para cada uno de los docentes de la Facultad de Comunicación Social y de la extensión universitaria; por ser solidarios y compartir sus sabios conocimientos, de manera especial agradecemos a la Magister: Cira Zambrano García quien ha sido nuestra directora al iniciar este trabajo y por permanecer siempre apoyándonos y guiándonos para que nuestra investigación sea un éxito.

Hacemos extensivo nuestros agradecimientos para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chone, al Alcalde Dr. Deyton Alcívar Alcívar, y al señor Juan Bosco Zambrano Ferrín, coordinador de Comunicación Social, Publicidad e Imagen, por permitirnos realizar nuestra investigación en la institución antes mencionada.

Finalmente, queremos agradecer a nuestros familiares por recorrer junto a nosotros, y acompañarnos paso a paso en esta dura tarea; por el apoyo moral y espiritual que nos han brindado incondicionalmente para conseguir esta meta profesional.

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2.1. Contextos	4
2.1.1. Contexto Macro	4
2.1.2. Contexto Meso	5
2.1.3. Contexto Micro	6
2.2. Formulación del Problema	7
2.3. Delimitación del Problema	7
2.3.1. Campo	7
2.3.2. Área	7
2.3.3. Aspectos	7
2.3.4. Delimitación espacial	7
2.3.5. Delimitación temporal	7
2.3.6. Problema	7
2.4. Interrogantes de la investigación	7
3. JUSTIFICACIÓN	8
4. OBJETIVOS	9
4.1. Objetivo General	9
4.2. Objetivos Específicos	9

## **CAPÍTULO I**

5. MARCO TEÓRICO	10
5.1. Comunicación interna	10
5.1.1. Gestión de la comunicación institucional	12
5.1.2. Tipos de comunicación	14
5.1.3. Ámbitos de comunicación organizacional	17
5.1.4. Principios generales de la comunicación interna	17
5.1.5. Barreras de comunicación	18
5.1.6. Dirección de los flujos de comunicación	22
5.2. Desarrollo institucional	27
5.2.1. Tecnologías de comunicación e información	28
5.2.2. Objetivos del desarrollo institucional	30
5.2.3. Características del desarrollo institucional	30
5.2.4. Desarrollo institucional del GAD Chone	32
5.2.5. Dirección de comunicación del GAD Municipal de Chone	32

## **CAPÍTULO II**

6. Hipótesis	35
6.1. Variables	35
6.1.1. Variable Independiente	35
6.1.2. Variable Dependiente	35
6.1.3. Término de relación	35

## **CAPÍTULO III**

7. METODOLOGÍA	36
7.1. Tipo de Investigación	36
7.2. Nivel de investigación	36
7.3. Métodos	36
7.4. Técnicas de recolección de información	36

7.5. Población y Muestra	37
7.5.1. Población	37
7.5.2. Muestra	37
8. Marco Administrativo	38
8.1. Recursos Humanos	38
8.2. Recursos Financieros	38
<b>CAPITULO IV</b>	
9. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISIS DE DATOS	39
10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	74
<b>CAPITULO V</b>	
11. CONCLUSIONES	75
12. RECOMENDACIONES	76
13. BIBLIOGRAFÍA	77
13.1. Webgrafía	79
Anexos	80

## **1. INTRODUCCIÓN**

Partiendo de que la comunicación dentro de una organización es la base fundamental para que la misma preste sus servicios o productos de la mejor manera; hemos visto conveniente realizar nuestra tesis en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chone con el tema “La Comunicación Interna como Base para el Desarrollo Institucional del GAD Municipal del cantón Chone”, ya que es una Institución que cumple una función primordial porque está designada para velar por el bienestar de los chonenses.

Nuestro tema lo realizamos en Ecuador, Provincia de Manabí, cantón Chone y en la Municipalidad de éste cantón porque es una entidad pública, que cronológicamente instaló su primer cabildo el 20 de diciembre de 1894, realizando una investigación a todas sus Direcciones, Coordinaciones, Secretarías y Unidades Técnicas que comprende esta entidad.

La Coordinación de Comunicación Social, Prensa y Publicidad nos ha brindado su contingente, ya que es la unidad que maneja periodismo, relaciones públicas, marketing, publicidad, protocolo y comunicación interna y externa.

Además, por dicha Unidad se logra que toda la institución y la ciudadanía chonense estén al tanto de lo que sucede en ella y las obras que realiza la Corporación. Creemos necesario estudiar y aportar con acciones de comunicación organizacional e interna en la Coordinación de Comunicación Social, Prensa y Publicidad ya que toda institución debe estar organizada internamente para poder dar buena imagen y buenos servicios a los usuarios, en este caso a la ciudadanía.

A través de la investigación de campo conocimos las fortalezas y debilidades de la comunicación interna del GAD Chone, lo que nos permitió conocer cuáles son las herramientas y funciones de la comunicación interna que desarrolla la institución. Finalmente, realizamos un plan de comunicación interna dando sugerencias y estrategias para que la comunicación interna y organización mejore en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone.

Fue una investigación de suma importancia y permitió ampliar los conocimientos de sus investigadores, quienes se formaron profesionalmente para ejercer sus funciones en el área de la comunicación y por ende con este trabajo investigativo enriquecieron sus conocimientos.

En el capítulo I, se detalla sobre “La comunicación interna se conforma por todos los medios informativos que se aplican o usan en la organización, como avisos, memorandos, circulares, boletines, órdenes de trabajo, etc. Efectuándose solo de emisor a receptor cuando trabajan en la misma organización” según Ramos (1991:26).

Además Burke y Horntein (1971) consideran que el desarrollo institucional es un “proceso de creación de una cultura que institucionalice el uso de diversas tecnologías sociales para regular el diagnóstico y el cambio de comportamiento entre personas, entre grupos, especialmente los comportamientos relacionados con la toma de decisiones, la comunicación y la planeación en la organización”.

En el capítulo II, se encuentra la hipótesis de la investigación, la que está conformada por dos variables y un término de relación, la misma que es la siguiente: “La comunicación interna incide en el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone en el primer semestre del 2015”.

En el capítulo III, se expone la metodología de investigación aplicada, la cual comprende un tipo bibliográfico y de campo; nivel descriptivo; en cuanto a los métodos utilizados fueron: Inductivo, descriptivo, analítico y sintético, a fin de determinar las falencias en la comunicación y el desarrollo institucional del GAD Municipal del Cantón Chone y las técnicas: la encuesta y la entrevista.

La metodología aplicada fue indispensable en la investigación ya que esta permitió a los investigadores trazar el camino por el cual realizarían la investigación, siendo así una guía para el proceso.

La población la constituye el GAD Municipal del Cantón Chone que es de 562 personas; 277 empleados y 285 obreros. En cuanto a empleados, 240 (87 %) poseen título profesional de tercer nivel. En cuanto a los obreros, ninguno tiene título de tercer nivel.

Se tomó como muestra el 30% del total de empleados del GAD Municipal del Cantón Chone, que son 168 personas, de las que 90 serán obreros, 78 empleados, una muestra al azar de 90 usuarios y 10 profesionales.

En el capítulo IV, se detallan los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, los cuales fueron, las encuestas a los obreros y empleados, a los usuarios y a los profesionales de la comunicación; además de entrevista realizada al director del departamento de comunicación, acompañada de la tabla cuantitativa, los gráficos estadísticos y el análisis e interpretación de los datos obtenidos.

En este capítulo también se encuentra la comprobación de la hipótesis, la misma que fue sustentada con los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas aplicadas, llegando a determinarla sus investigadores como “Verdadera”, es decir se logró confirmar.

En el capítulo V, los investigadores plantean las conclusiones y recomendaciones de la investigación sobre comunicación interna y desarrollo institucional, en base a los resultados obtenidos en busca de una solución viable al problema, finalmente se encuentra la bibliografía y los anexos.

Dentro de los anexos se encuentra la propuesta planteada por los investigadores como una solución al problema detectado en el GAD Municipal de Chone, la cual consiste en una capacitación al personal sobre comunicación interna.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1 CONTEXTOS**

#### **2.1.1 CONTEXTO MACRO**

Según Ponti (1972:1) En la comunicación existe una escala infinita de valores que van desde el más simple y elemental de los gestos hasta la transmisión satelital, o por la Internet de hechos complejos y lejanos. La vida humana no se puede concebir sin comunicación. Robinson Crusoe, naufrago solitario en una isla, adiestró animales para poder comunicarse con ellos. La torre de Babel no pudo completarse porque Dios confundió las lenguas de los hombres lo que hizo imposible la comunicación entre sus constructores.

A través de la radio, el televisor, el periódico o el celular, establecemos contacto con el mundo exterior. En la calle hay señales que nos comunican precauciones o prevenciones, así como la venta de artículos, eventos, u objetos de uso en nuestra vida diaria. Los gestos de las personas nos indican su estado de ánimo: alegría o tristeza. Los medios humanos que nos valemos para comunicarnos con el exterior, es decir, con otros, son los sentidos: vista, oído, olfato, gusto y tacto; y con ellos recogemos las percepciones que el mundo nos envía. Nuestro cerebro procesa esa información, la elabora y retransmite por medio de impulsos al sistema nervioso que deduce las consecuencias de todo aquello.

El lenguaje humano apareció en el planeta en tiempos relativamente recientes comparado con la edad de La Tierra: quizá hace un millón de años. El desarrollo de la inteligencia humana fue lo que le permitió ir tomando elementos de la naturaleza para su beneficio como el fuego. El ser humano pudo crear complejos sistemas de caza o trabajos manuales mientras desarrollaba los procesos de comunicación a través del lenguaje.

Posteriormente apareció la escritura en caracteres cuneiformes, jeroglífica, griego, arameo, hindú, chino, etc., lo que implicó el desarrollo de sociedades complejas que requirieron sistemas de comunicación cada vez más avanzados. Los Incas, por

ejemplo, desarrollaron un sistema de comunicación o registro llamado quipo que consistía en cuerdas de distintos colores, anudadas, en donde se detallaban eventos que solo entendían aquellos que el imperio había entrenado. Estos mensajes eran llevados por los chasquis que, en relevo, le llegaban al soberano en pocas horas cuando en la Europa de fines de siglo XIX, el telégrafo aún era muy lento.

“Cada vez se desarrollaron mejores sistemas de comunicación. Primero fueron los mensajes o recados directos desde quien los enviaba hasta quien los recibía. Luego las cartas o documentos mediante correos personales o imperiales”<sup>1</sup>. La imprenta apareció a mediados del siglo XV<sup>2</sup> lo que permitió la edición de libros de manera más rápida. Después se crearon correos comerciales hasta que a mediados del siglo XIX se creó el primer sello postal para que las naciones implantaran sus propios sistemas de correos.

Posteriormente se inventó el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión, sin olvidar a las palomas mensajeras que aún hoy, son usadas en algunas comunidades o eventos deportivos, como desde hace siglos. Con los satélites artificiales se comenzaron a realizar transmisiones de televisión de hechos y eventos alrededor del mundo.

En la actualidad, las comunicaciones son muy rápidas. En cuestión de segundos podemos enviar un mensaje al otro lado del mundo o enterarnos de hechos a través de las redes sociales. Todo gracias a la Internet que fue creada con fines militares.

### **2.1.2 CONTEXTO MESO**

A nivel provincial, desde el inicio de la vida republicana a partir de la creación de la provincia de Manabí, hubo la necesidad de crear procesos comunicativos que en principio se realizaron con los medios disponibles en la época, esto es los mensajeros que tenían la responsabilidad de llevar las misivas encomendadas.

---

<sup>1</sup> 4000 años antes de Cristo, los chinos tuvieron un activo y eficaz correo imperial. Una espesa red de mensajeros unió las ciudades egipcias 2500 años A.C.

<sup>2</sup> 1454. Johann Gutemberg. Hacia el año 1000, los chinos usaban a los tipos de imprenta móviles.

Posteriormente se utilizaron otros sistemas de comunicación como el telégrafo, el teléfono, el telex hasta la utilización de sistemas modernos.

Las instituciones públicas han desarrollado sus propios procesos comunicacionales que utilizan varios medios para llegar a la ciudadanía: entrevistas radiales o televisivas, reportajes y ruedas de prensa cuando la situación lo amerita. Además, suben a la Internet, a las páginas webs respectivas, todas las informaciones que generan. Sin embargo, no todas nos proporcionan informaciones actualizadas por diversas razones que van desde la capacidad del servidor hasta el mismo diseño de la página web dependiendo del protocolo usado.

### **2.1.3 CONTEXTO MICRO**

En el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone, de acuerdo al orgánico funcional cuenta con una dirección de comunicación que tiene la responsabilidad de ser vocero oficial de las actividades que se realizan tanto en lo interno como en lo externo de la institución.

Cada actividad es cubierta por el equipo de comunicación: se redactan notas, se hacen fotografías, se graban videos y se toman opiniones de los ciudadanos y las ciudadanas. Una vez realizadas las notas periodísticas, se envían a los medios de comunicación escritos, hablados y televisados. También se suben a la página web municipal que se conecta a las redes sociales.

Internamente la comunicación se deriva a los distintos departamentos y direcciones para que todos los integrantes de la institución conozcan las actividades que desarrolla el GAD del cantón Chone. Los informes diarios también son derivados al despacho del alcalde y de los concejales y de las concejales, así como a sus correos electrónicos o redes sociales, sin embargo parece existir un problema en cuanto a fluidez y replicación de la información por parte de los receptores.

## **2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿La Comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD Municipal del Cantón Chone?

## **2.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**2.3.1. Campo:** Comunicación institucional

**2.3.2. Área:** Comunicación y Relaciones Públicas

**2.3.3. Aspectos:**

a) Comunicación interna

b) Desarrollo institucional

**2.3.4. Delimitación Espacial:** El trabajo investigativo se llevó a cabo en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone

**2.3.5. Delimitación Temporal:** Se utilizó información proporcionada del primer semestre del año 2015 para la investigación.

**2.3.6. Problema:** Incorrecta comunicación interna en el GAD Municipal del Cantón Chone

## **2.4 INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN**

¿Qué factores predominan en una buena comunicación interna?

¿Cuáles son los procesos internos de comunicación existentes en el GAD Municipal del cantón Chone?

¿Cómo podemos desarrollar procesos de comunicación adecuados para que las informaciones lleguen a la mayoría de la población?

¿Cuál es el aporte a la ciudadanía y a la comunicación en general de la página web del GAD Municipal del cantón Chone?

### 3. JUSTIFICACIÓN

El tema “La comunicación interna como base para el desarrollo institucional del GAD Municipal del Cantón Chone” es de **interés** porque los procesos comunicacionales son vitales para el desarrollo de una institución y para que la ciudadanía se informe sobre las actividades que se realizan al interno del GAD Municipal.

Lo externo en cuanto tiene que ver a la ejecución de los planes operativos anuales enmarcados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de acuerdo a las normas sugeridas por la Secretaría Nacional de Planificación para el Desarrollo, SENPLADES.

Es **importante** porque se planteó para realizar una propuesta comunicacional que mejore los procesos de comunicación existentes de manera que, a través de la presente investigación, podamos detectar los medios más eficaces para llegar a la ciudadanía.

Es **original** porque no existen trabajos similares en la biblioteca de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí extensión Chone, fue realizada con los conocimientos de sus investigadores, quienes aportaron su estilo único al trabajo de titulación.

Es **factible** ejecutar el proyecto por su originalidad y la importancia que podría generar la propuesta de comunicación institucional para mejorar las relaciones con la comunidad.

Cumple con la **misión** que tiene la institución universitaria es forjar profesionales humanistas, éticos capaces de contribuir y aportar a la sociedad conocimientos científicos, de acuerdo a la **visión** que indica el compromiso con la comunidad para fomentar una mejor calidad de vida de acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir 2014-2019.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la comunicación interna como base para el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone en el primer semestre del año 2015.

### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar los factores predominantes de la comunicación interna del GAD Municipal de Chone.
- Establecer los procesos de comunicación que se manejan en el GAD Municipal de Chone.
- Analizar las estrategias de comunicación interna que se aplican en el GAD Municipal de Chone.
- Determinar la utilidad de la página web como medio de vinculación con la comunidad del GAD Municipal de Chone.
- Diseñar un sistema de comunicación para el GAD municipal de Chone que fomente el desarrollo institucional.

## CAPÍTULO I

### 5. MARCO TEÓRICO

#### 5.1. LA COMUNICACIÓN INTERNA

La palabra comunicación está ligada estrechamente al concepto de comunidad, y por tanto, de organización social y colaboración. Entonces comunicar significa dar a conocer un hecho, alguna cosa, por un lado, y, aprender algo, por otro. Así, los animales, por ejemplo, tienen determinados mecanismos de comunicación.

“Los humanos, poco a poco desarrollamos complejos sistemas lenguaje, escritura y de comunicación, que sirvieron para desarrollar sociedades y civilizaciones. La comunicación es vital en el mundo en que nos movemos. Es lo que nos permite conocernos mutuamente, mostrarnos y demostrarnos de maneras tan diferentes sin perder autenticidad. Desde esta perspectiva nos revelamos como pensamiento y acción, como sentimiento y memoria, como imagen e imaginario”, según Favaro (2014:4).

Para ello, resulta necesario contar con algunos instrumentos que posibiliten la viabilidad de las propuestas, organicen nuestras proyecciones y potencien nuestras capacidades para lograr mayor efectividad e impacto desde nuestras acciones en el GAD Municipal. Se trata de fortalecer el desarrollo de políticas de comunicaciones en las organizaciones, y también de elaborarlas y poder ejecutarlas, siempre y cuando la autoridad de luz verde ya que al final de cuentas serán favorecidos, hablando en términos políticos.

“La comunicación interna se conforma por todos los medios informativos que se aplican o usan en la organización, como avisos, memorandos, circulares, boletines, órdenes de trabajo, etc. Efectuándose solo de emisor a receptor cuando trabajan en la misma organización” según Ramos (1991:26), es decir que es todo aquello por medio del cual se efectúa algún tipo de comunicación o transmisión de información en la institución.

Los objetivos de la comunicación interna son los siguientes:

- Lograr que la organización desarrolle su política estratégica
- Equiparar los recorridos de la información
- Desarrollar un estilo de dirección claro y coherente
- Facilitar los cambios necesarios para adaptarse a los nuevos entornos

Entre las metodologías que se aplican para definir una buena comunicación interna, no hay uno definido que se pueda emplear, pero se deben tener en cuenta varios aspectos en el área de la comunicación y de la organización, entre ellas están:

- Identificar los objetivos y las necesidades
- Tener en cuenta las facetas psicológicas e interpersonales
- Organizar los procesos que sean necesarios
- No conformarse solo con los soportes comunicacionales
- Tener en cuenta lo formal y lo informal
- Prestar mucha atención al grado de coherencia entre a las comunicaciones, tanto interna y externa

Es importante mantener una buena comunicación interna dentro de las empresas porque fomentar la motivación laboral y por lo tanto los resultados son más eficientes por parte de los empleados, una organización posee una buena comunicación interna cuando:

- a) “Conoce la importancia de la Comunicación Interna para lograr un mejor funcionamiento de todas las áreas de la organización.
- b) Sabe atajar los conflictos que surgen en la organización de una forma clara y en ningún caso traumática.

c) Conoce cada una de las herramientas de la Comunicación Interna y las aplica según las circunstancias, sin dejar de lado ninguna de las formas de comunicación (descendente, ascendente y horizontal), y ponderando su uso según las necesidades de los miembros de la organización.

d) Es capaz de adaptar dichas herramientas a las circunstancias de la organización, innovando nuevas formas de aplicación, sin negar el uso de las nuevas tecnologías para la mejora de la comunicación entre las personas que componen la organización.

e) Es capaz de asignar recursos para la implantación y mejora de la Comunicación Interna. La organización es consciente de que, si mejora la Comunicación Interna, logrará acercar a la misma a su éxito estratégico” Carlos Ongallo (2000:7).

#### **5.1.1. Gestión de la comunicación institucional.**

La comunicación organizacional en una empresa forma parte del fortalecimiento y desarrollo institucional y se especifica principalmente en las acciones comunicativas que parten de los vínculos y articulaciones en y de la organización y se proyectan potenciando la práctica y visibilidad de la institución y su tarea hacia la comunidad de la institución.

Resulta necesario comprender que la comunicación es un proceso transversal a la organización lo que hace viable incluirla en una política institucional y no limitarla a algo meramente instrumental, es decir, solo para emitir boletines de prensa o llenar de informaciones la página web municipal.

La cultura de la institución tiene formas determinadas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían las decisiones, la forma en que se realizan las actividades y especialmente la comunicación. Así mismo. Hay que conocer como las personas reciben la información y como es que les gustaría que la organización en la que trabajamos, comunique las acciones emprendidas por el GAD local.

El pensar en medios de comunicación, generalmente, nos vienen a la mente los medios más tecnológicos, como el periódico, la radio, la televisión o Internet. Sin

embargo en las organizaciones, hay otras instancias de comunicación que existen ya que en la administración pública la validez de los actos se da a través de documentos oficiales.

Varios instrumentos de comunicación se pueden preparar a fin de informar a la ciudadanía sobre eventos y acontecimientos de la vida diaria. Las ruedas de prensa se deben convocar cuando exista la justificación para hacerlo teniendo en cuenta las necesidades de cada medio de comunicación y que el contenido de la misma no se desvíe de los objetivos del evento.

Los comunicados tendrán brevedad, claros y serán concisos, con una correcta presentación ortográfica, que será remitido a todos los medios. Las entrevistas requerirán de preparación previa, siempre con una actitud abierta, con imparcialidad y recordando que el periodista no es un enemigo sino un profesional de la comunicación.

La gestión de la comunicación interna en las organizaciones se debe basar en todos los aspectos, acciones y metodologías que permitan planificar los recursos posibles que desarrollen el bien de la organización, según García (1998) establece los recursos de la comunicación interna:

- “Apoyo decidido de la alta dirección: aquí si toman las decisiones estratégicas de la comunicación interna.
- Profesionalización de sus funciones y decisiones: Se tiene una capacitación completa y técnica sobre liderazgo organizacional.
- Recursos económicos.
- Promover los espacios de participación, retroalimentación y opinión en el personal de trabajo”.

### **5.1.2. Tipos de comunicación:**

**a. Formal:** comunicación en la que el contenido está ligado especialmente con aspectos institucionales. En general, utilizando la escritura como principal medio

(como comunicados, memorandos). Su ritmo es lento ya que debe cumplir todas las formalidades establecidas.

Las principales características de la comunicación formal son:

- Sigue reglas que imponen en un grupo
- Es de caracteres formal
- Se origina jerárquicamente
- Sigue canales establecidos
- Usa medios como murales
- Usa intercomunicadores
- Usa teléfonos
- Usa circulares
- Usa memorandos
- Usa informes
- Usa reportes
- Se basa en una estructura de comunicación

**b. Informal:** comunicación que contiene aspectos institucionales, pero utiliza canales no oficiales (por ejemplo, la reunión en el almuerzo, encuentros en los pasillos, etc.). Más rápida que la formal.

Sus principales características son:

- Parte de las amistades
- Va de persona a persona
- Esta expuestas a cambios, generando rumores o chismes

- Se puede dar fuera de la empresa
- Toma forma de noticia
- Se basa en comentarios
- Se expresa comúnmente a manera de rumor
- Genera desestabilidad en la institución
- Propicia conflictos entre los actores de la empresa
- Sirve para coordinar actividades extraoficiales
- Actúa como un factor integrador
- Se genera por intereses personales

**c. Vertical:** comunicación que se genera en las áreas directivas de la organización y desciende utilizando los canales oficiales. En una comunicación institucional óptima, debería existir la comunicación vertical ascendente que posibilite el intercambio.

La comunicación vertical a su vez se clasifica en dos:

- Ascendente
- Descendente

La comunicación ascendente es la que ocurre en dirección hacia arriba, jerárquicamente hablando es decir de los empleados a los altos mandos de la dirección.

La comunicación descendente se da en dirección hacia abajo, es decir desde la dirección o los altos mandos hacia los niveles inferiores o empleados, con la finalidad de informarles a ellos alguna novedad o nueva directriz.

**d. Horizontal:** conocida también como comunicación plana y ubica a todos los actores en un mismo nivel de información y de circulación de la misma. Generalmente se produce entre las personas de un mismo nivel. Muy pocas veces utiliza las canales oficiales y es totalmente informal por lo que es difícil operar sobre ella.

**e. Rumores:** “Se trata de la comunicación informal que recorre la institución sin respetar canales y muy rápidamente. Generalmente, se construyen versiones o interpretaciones de la realidad basadas en información parcial y de diferentes fuentes. Son originadas por la ausencia de información completa y creíble de los canales que correspondan”. (Favaro, 2014:13).

Así, la comunicación puede ser también, objetiva, es decir que informa sobre acontecimientos reales sin que se sobre dimensionen los mismos; o, persuasiva, con la finalidad de persuadir a los receptores de la información sobre hechos que no acontecen o que se han sobre dimensionado, frecuentemente por rumores esparcidos en la calle, en los medios o en las redes sociales.

**f. Verbal:** la comunicación verbal es toda aquella comunicación que hace uso del lenguaje y es transmitida de diferentes medios, el ser humano la usa muy a menudo y se puede clasificar o dividir en dos:

- Oral
- Escrita

La oral es la que se genera a través de la voz, de forma que el receptor escucha la información y permite aclarar sus dudas de manera inmediata, a través de la retroalimentación.

La escrita en cambio se manifiesta a través de la escritura como su nombre lo indica, en la cual el emisor redacta el mensaje que posteriormente será leído por el receptor mediante la lectura.

**g. No verbal:** esta comunicación se realiza por medio de los signos no lingüísticos, como los gestos y movimientos del cuerpo, a forma de vestir, las actitudes y todo aquello que no se comunica directamente con palabras.

### **5.1.3. Ámbitos de la comunicación organizacional**

El rol de la comunicación es tan importante que se convierte en eje transversal de todas las dimensiones de la organización, entre los ámbitos en los que se desarrollan se destacan:

- Ámbito de la información
- Ámbito de divulgación
- Ámbito de formación y socialización
- Ámbito de participación

### **5.1.4. Principios generales de comunicación interna**

**1. Ineludibilidad:** es decir los individuos siempre comunican y por ende también las organizaciones comunican.

**2. Mediación:** la comunicación siempre serán un medio y no un fin en si mismo. El fin siempre será la persona y el individuo.

**3. Facticidad:** El mayor error de la comunicación es presumir que la comunicación ya se ha proporcionado.

**4. Responsabilidad:** El responsable siempre de la comunicación de buen resultado será el emisor y no el destinatario.

**5. Adaptación:** La comunicación siempre debe acomodar de emisor a receptor

**6. Taxonómico:** La comunicación puede usar todo los canales que consideren adecuados dependiendo la naturaleza del mensaje.

**7. Evaluación continua:** debe coexistir siempre un sentido de mejora continua sobre cómo se está llevando a cabo la comunicación en los distintos contextos.

**8. Globalidad:** La comunicación interna va de la mano de la comunicación externa.

#### **5.1.5. Barreras de comunicación**

Entre las principales barreras de la comunicación se establecen:

- Barreras físicas
- Barreras fisiológicas
- Barreras sociológicas
- Barreras culturales
- Barreras administrativas
- Barreras lingüísticas
- Barreras psicológicas

**a. Barreras físicas:** las barreras de comunicación física son aquellas que se presentan en el medio ambiente en donde se desarrolla la comunicación y que de alguna manera impiden que se genere de forma efectiva, entre ellas se destacan las siguientes:

- Ruidos
- Iluminación
- Distancia
- Falla o deficiencia en los medios
- Teléfonos
- Micrófonos

- Grabadoras
- Televisión

**b. Barreras fisiológicas:** las barreras fisiológicas son aquellas que impiden emitir o recibir claramente un mensaje, por factores fisiológicos de parte del emisor o del receptor, estos factores afectan cualquiera de los sentidos del ser humano, lo cual puede ser de forma total o parcial, ejemplo:

- Alteración de los órganos
- Alteración de los sentidos
- Deficiencia en la escritura
- Problemas de lectura
- Sordera
- Sonidos fuertes
- Problemas de visión

**c. Barreras sociológicas:** las barreras sociológicas son aquellas que implican interrupciones sociales en el proceso de comunicación, en donde intervienen todos los miembros de una organización, entre las principales barreras sociológica se pueden establecer:

- Contextos inadecuados
- Grupos sociales
- Discordias
- Problemas económicos
- Problemas de interactividad
- Poca sociabilización

**d. Barreras culturales:** las barreras de comunicación culturales son aquellas que presentan dificultades en cuanto a los conocimientos que tiene el emisor y el receptor, por lo que se genera una incomprensión de los mensajes transmitidos en los procesos de comunicación. Pueden ser:

- Idiomas diferentes
- Distintos grados de estudio
- Racismo
- Discriminación
- Diferentes clases sociales
- Diferentes ideologías o costumbres

**e. Barreras administrativas:** las barreras administrativas son las que impiden una buena comunicación por problemas empresariales o por falta de recursos por parte de la organización, que de alguna u otra manera dificulta o impide comunicarse correctamente, estas barreras pueden ser:

- Fallo en la planificación
- Presupuestos no convenientes
- Desviaciones semánticas
- Expresiones impropias
- Desgaste en la transferencia
- Mala retención
- Escuchar incorrectamente
- Evaluación precoz

- Comunicación impersonal
- Desconfianza
- Amenazas y temores
- Sobrecarga de información

**f. Barreras semánticas:** las barreras semánticas son las que se producen porque el sentido de las palabras no es la adecuada y expresa inconformidad en quien lo recibe por parte del emisor, pueden ser:

- Malos entendidos
- Palabras mal dichas
- Frases con dobles sentidos
- Palabras entre dichas
- Indirectas mal interpretadas

**g. Barreras psicológicas:** las barreras psicológicas se refieren a los problemas que se pueden producir entre el emisor y el receptor, impidiendo que se genere una comunicación efectiva entre ellos.

Las barreras de comunicación se pueden clasificar de diferentes maneras, las expuestas son algunas de las más destacadas y conocidas, pero como todas tienen solución y se pueden prevenir para potenciar un mejor ambiente comunicacional.

Para mejorar las barreras de comunicación se debe:

- “Enviar mensajes claros, comprensibles, que se adecuen a las posibilidades del receptor.
- Utilizar expresiones que "faciliten " la comunicación y evitar las que la "obstruyen".

- Mantener la congruencia entre el lenguaje verbal y el no verbal.
- Asumir una actitud de empatía con el interlocutor. "Ponerse" en el lugar del otro.
- Escuchar con atención. (Escucha activa).
- Aclarar las diferencias en las percepciones.
- Utilizar la retroalimentación, para verificar la comprensión adecuada.
- Eliminar o evitar los ruidos o interferencias.
- Evitar los prejuicios, tratar de dejarlos a un lado.
- Controlar las emociones que puedan perjudicar las comunicaciones” (Extraído de: [http://www.ecured.cu/index.php/Barrera\\_de\\_la\\_Comunicaci%C3%B3n](http://www.ecured.cu/index.php/Barrera_de_la_Comunicaci%C3%B3n)).

#### **5.1.6. Dirección de los flujos de comunicación**

Los flujos de comunicación dentro de la organización se los puede clasificar de acuerdo a la función de la dirección preponderante, que se genera en forma horizontal y vertical y dentro de esta última ascendente o descendente.

##### **a. Comunicación vertical descendente**

Es la comunicación que se efectúa desde el superior hacia uno o varios subordinados, es decir desde los jefes hacia los empleados.

Los contenidos tradicionales de sus mensajes o de la información transmitida parten desde las referencias en cuanto a las tareas, además de los objetivos, así mismo las directrices, los fines con los que se emplea y los planes de la organización. Se distinguen cinco tipos:

- Instrucciones de las funciones.
- Información para la comprensión las funciones, y su analogía con otras de la empresa (justificación de labor).
- Información sobre operaciones y conocimientos organizacionales.

- Retroalimentación al empleado sobre su utilidad y cumplimiento.
- Información de carácter ideológico

Hay tres objetivos esenciales:

- La coordinación de las distintas metas para lograr sus objetivos.
- Conservar enterado a la persona para que contribuya a la conquista de fines y logre una mejor comprensión de su ocupación y de la organización.
- Conservar la motivación del sujeto.

Factores que afectan a la eficacia y exactitud en los procesos de comunicación vertical descendente:

La clase de materiales que se transmiten perturba a la precisión de la comunicación, cuando es mayor hace referencia a las necesidades del puesto que cuando se trata de los problemas con él relacionados.

La precisión depende también de la dimensión del circuito por el que ha de transferirse el mensaje. Así si la información afecta a más de un grupo se puede escoger por dar la misma información a todos los integrantes de todos los grupos, o bien, comunicar a los supervisores intermedios que a su vez las transcriben para los integrantes de cada grupo consiguiendo hallarse diferencias en el mensaje transmitido.

El tipo de canal empleado, en función de su eficacia Dahle los ordena:

- Comunicación oral y escrita
- Comunicación oral únicamente
- Comunicación escrita únicamente
- Empleo de un boletín y
- Comunicación mediante rumores

## **b. Comunicación vertical ascendente**

Esta comunicación se realiza de los subordinados hacia los superiores. Puede considerarse el proceso complementario a la comunicación descendente.

Desempeña tres funciones:

- Establecer si los empleados han recibido y entendido los mensajes, para valorar y corregir los sistemas de comunicación.
- Ocupación de retroalimentación, a través de la cual la dirección puede valorar y corregir sus objetivos, planes, sistemas y métodos.
- Informar a la dirección el conocimiento de los empleados, como nuevas decisiones acerca de instrucciones y objetivos o forma de revolve a la inestabilidad externa de la empresa.

Según Blanty y Macharer, las funciones de la comunicación vertical ascendente son:

- Admite a los altos mandos a establecer con mayor exactitud la necesidad, clase y tipo de la comunicación descendente.
- Retroalimentación sobre la comunicación ascendente.
- Asistencia a la toma de decisiones a través de sugerencias.
- Constituye un canal de colaboración.
- Promueve la crítica sana y reduce las presiones y tensiones emocionales.
- Ayuda al discernimiento de necesidades y expectativas de los subordinados.

En relación con los contenidos que se transmiten en esta dirección, hay cuatro grandes tipos, "lo que la persona dice":

- Sobre sí mismo,

- Acerca de otras personas y sus problemas,
- Sobre las prácticas y políticas organizacionales,
- Acerca de lo que es necesario hacer y cómo hacerlo.

Existen varios elementos o factores importantes para la eficiencia en los diferentes tipos de comunicación que se generan y van desde sus características propias como organización o institución, hasta las características personales de los directores o altos mandos, de ahí se pasa a las características de los empleados o subordinados de la empresa.

Los estatutos cuando se asocian con el poder puede afectar aún más a los procesos de comunicación sobretodo ascendentes, que son los que van desligados de éste, se puede restringir mucha información que se transmite y se riega hacia arriba, transfiriendo aquellos mensajes que posiblemente despierten una reacción favorable o no.

Cuanto mayor es la pirámide jerárquica mayor es la inhibición de comunicación ascendente.

Las características de los subordinados: la existencia de altas aspiraciones introducían menor exactitud en la información que este transmitía al eliminar o modificar los aspectos negativos del mensaje.

A esto hay que añadir la tendencia de los supervisores a valorar menos positivamente este tipo de comunicación que otros.

### **c. Comunicación horizontal**

La comunicación horizontal es la que consiste en el intercambio lateral de mensajes entre miembros de un mismo nivel jerárquico, tal como su nombre lo indica paralelamente, sin distinción de niveles.

Hay tres tipos de comunicación horizontal en función de los miembros que intervienen:

- **Entre compañeros dentro de un mismo grupo de trabajo;** Hace viable un cierto nivel de coordinación y de solución de las dificultades, aumenta la satisfacción de los subordinados. Para que sea enérgica ha de regularizarse constantemente con la comunicación descendente. La dimensión del grupo interviene sobre el nivel de satisfacción (los componentes pequeños tienen mayor satisfacción).
- **Entre miembros de diversas unidades dentro de la misma organización;** Es vigorosa para transferir información, sistematizar actividades, solucionar inconvenientes y remediar problemas. Tiende a ser específico (en especial las burocracias). Esta ostentosa por la distribución de la organización, siendo mayor en estructuras dispersadas y cuando los integrantes son todos profesionales.
- **Interacciones entre línea y staff;** La mayor movilidad geográfica y organizacional del staff y su mayor nivel de colaboración en diligencias de comunicación programan problemas en la comunicación y transfieren a situaciones de conflicto, las cuales se espera sean resueltas a tiempo y no tener que lamentarse por los resultados obtenidos y por la interacción que esta genera.

## 5.2 DESARROLLO INSTITUCIONAL

En la actualidad, el equipo de la Coordinación de Comunicación del GAD Municipal del Cantón Chone trabaja con varias personas dedicadas a distintas tareas relacionadas entre sí. Se hacen diseños gráficos para distintas actividades (folletos, revistas, etc.).

Se editan videos para los medios televisivos. Se hacen micro informativos para las radios y se redactan notas de prensa. En resumen, 2 personas en diseño gráfico, una para micro informativos radiales, una para video, una para edición y revisión de

notas de prensa, una para redacción de notas de prensa, dos para fotografía y dos para los equipos de amplificación y proyección.

Todo o que se produce es derivado a los medios correspondientes y al despacho del alcalde, así como a los concejales.

Burke y Horntein (1971) consideran que el desarrollo institucional es un “proceso de creación de una cultura que institucionalice el uso de diversas tecnologías sociales para regular el diagnóstico y el cambio de comportamiento entre personas, entre grupos, especialmente los comportamientos relacionados con la toma de decisiones, la comunicación y la planeación en la organización”.

Es decir que consiste en un proceso de cambios que se planifican, en bienestar de la organización, se define su cultura y a través de ella se busca alcanzar los objetivos y metas trazadas por los directivos de la institución, transmitiendo dicho sentido de pertenencia a sus subordinados.

Schmuck y Mies (1971) define el desarrollo institucional como “un esfuerzo planeado y sustentado, para aplicar la ciencia del comportamiento al perfeccionamiento de un sistema, utilizando métodos auto analíticos y de reflexión”.

Por lo que se cree que este desarrollo esta basado en los esfuerzos como equipo, siendo la organización un objeto o cliente al cual se debe tratar bien y mantener en un buen lugar para que tenga el éxito deseado.

### **5.2.1. Tecnologías de comunicación e información**

En la actualidad, las tecnologías de la información y comunicación han alcanzado un gran desarrollo. En segundos nos podemos comunicar con cualquier parte del mundo siempre y cuando la cobertura de los servicios de telefonía o de la Internet sea precisa en los lugares donde se quiere comunicar. En todo caso queda la alternativa de la Internet satelital mediante equipos especiales.

Para comunicar un evento o un hecho, se utiliza una fotografía con o sin texto, un mensaje corto como en el Twitter o también un video. Todo dependerá del impacto visual o cognoscitivo que queremos lograr en nuestro receptor.

En ocasiones, estos mensajes visuales, radiales o televisivos se repiten varias veces a día durante algún tiempo a fin que la persona que lo escuche, lo fije en su cerebro por el simple hecho de repetición, lo cual es una muy buena estrategia que permite llegar al cliente o usuario por mucho más tiempo.

“Las Tecnologías de la Información han sido conceptualizadas como la integración y convergencia de la computación, microelectrónica, las telecomunicaciones y las técnicas para el procesamiento de datos. Sus principales componentes son: el factor humano, los contenidos de la información, el equipamiento, la infraestructura material, el software y los mecanismos de intercambio electrónico de información, los elementos de política y regulaciones, y los recursos financieros.

En la sociedad actual se reconoce el papel desempeñado por las tecnologías de la información como núcleo central de una transformación multidimensional que experimenta la economía y la sociedad, de aquí lo importante que es el estudio y dominio de las influencias que tal transformación impone al ser humano como ente social, ya que tiende a modificar no sólo sus hábitos y patrones de conducta, sino, incluso, su forma de pensar, trabajar y educarse.

Factores clave:

El desarrollo de la microelectrónica, que ha posibilitado el descomunal avance en la potencia y capacidad de cómputo de los ordenadores.

Los avances en las telecomunicaciones, que han provocado la explosión del uso de las redes de alcance local y global.

El desarrollo acelerado de programas y aplicaciones que se generalizan acercándose más al "gran público" mediante interfaces de fácil comunicación y agradables, con el uso de las técnicas de multimedia.

Estos factores hacen que cada día los costos se reduzcan y, por tanto, se amplíe el uso de estos medios en otros sectores, no sólo en la academia militar o industrial, sino en el sector empresarial, en la salud, la educación, el ocio y los propios hogares.

Se considera que en este sector se concentran las mayores inversiones a escala mundial y hasta existen teorías de corrientes sociológicas, con enfoque idealistas, que consideran como el elemento milagroso, catalizador a la solución de los problemas económicos sociales.

Esta nueva revolución tecnológica no solo ignora las barreras del tiempo y el espacio, ya que sus servicios están las 24 horas y en cualquier rincón del planeta, sino que también modifican las soluciones inter ciudadanos y de estos con las diferentes instituciones.

El acceso a grandes bases de datos en Universidades y Bibliotecas, la enseñanza a distancia, la colaboración desinteresada entre centros de investigación o el empleo de la telemedicina son ejemplos del infinito universo de posibilidades que pueden brindar estas tecnologías y que hoy enaltecen la condición humana.

Es contradictorio que actualmente muchos proveedores de servicios vía satélite tienen cubiertos sus canales con negocios tan lucrativos como televisión digital, sin embargo, ninguno pone tal infraestructura a disposición de servicios de corte social aun cuando una pequeña explotación de estas tecnologías pudiese salvar vidas humanas” (Extraído de:

[http://www.ecured.cu/index.php/Tecnolog%C3%ADas\\_de\\_la\\_informaci%C3%B3n\\_y\\_las\\_comunicaciones](http://www.ecured.cu/index.php/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_las_comunicaciones)).

### **5.2.2. Objetivos del desarrollo institucional**

- Implantar una nueva mentalidad, abierta, democrática y eminentemente participativa, encaminada mucho más hacia la administración de personas que hacia la administración de bienes y técnicas.

- Recalcar los cambios ambientales y el rol de la cultura organizacional en el proceso de cambio organizacional.
- Dar una idea del desarrollo, sus aparentes básicos y su transcurso, y mostrar varios modelos de desarrollo institucional basados en cambios estructurales, de conducta, o en ambos.
- Consentir un enfoque crítico de las diferentes modalidades de mediación en las instituciones.

### **5.2.3. Características del desarrollo institucional**

1. Enfocarse a la organización como un todo. El desarrollo institucional involucra a la organización como un todo para que el cambio pueda ocurrir efectivamente.

La organización es el núcleo, es la base de toda compañía, todo gira alrededor de ella y en base a ella, su desarrollo es fundamental, pues nadie crea una para verla desvanecerse poco a poco.

La organización debe ser el todo, de los directivos, altos mandos, subordinados y porque no de los clientes o usuarios también, es cuestión de enfoques y de proyección, lo que como empresa u organización se logre.

2. Orientación sistémica. El desarrollo institucional se orienta para las interacciones entre las partes de la estructura que se influenciaron recíprocamente, para las relaciones de trabajo entre las personas, así como para la distribución y los métodos organizacionales.

Estas orientaciones deben ser en base a las partes que conforman la organización y los factores que intervienen en el desarrollo de la institución, como parte fundamental y guiada de forma sistemática.

3. Agente de cambio. Utiliza funcionarios de cambio, que son los individuos que desempeñan un papel de estimular, orientar y coordinar el cambio dentro de un grupo.

4. Solución de problemas. El desarrollo institucional destaca los recursos de problemas y no simplemente los discute teóricamente. Para eso utiliza la investigación-acción o sea la mejoría organizacional por medio de la investigación y del diagnóstico de las dificultades y de la acción necesaria para resolverlo.
5. Aprendizaje experimental. Los colaboradores asimilan por la experiencia en el ambiente de aprendizaje los ejemplares de contrariedades que enfrentan en el trabajo.
6. Proceso de grupo y desarrollo de equipos. El desarrollo institucional reposa sobre métodos grupales como disputas en grupo, confrontaciones, problemas intergrupales y ordenamientos para cooperación.
7. Retroalimentación. El desarrollo institucional suministra información de regreso y retroalimentación a las personas para que ellos tengan datos determinados que basen sus decisiones. La retroalimentación abastece información de retorno sobre su gestión y motiva las personas a comprender las circunstancias en que están implicadas y tomar acción auto correctiva.
8. Orientación situacional. El desarrollo institucional sigue un procedimiento rígido e inmutable. Todo lo inverso es situacional y encaminado para las casualidades. Es flexible pragmático, acomoda las operaciones para ajustarlas a las necesidades específicas y particulares que se diagnosticaron.
9. Desarrollo de equipos. El Desarrollo institucional se hace a través de grupos. Su ofrecimiento es el cambio proyectado, que inicia desde el principio de que no existe un patrón ideal aplicable a cualquier acontecimiento. Las organizaciones deben acomodarse a sus condiciones de forma calculada.
10. Enfoque interactivo. Las comunicaciones e interacciones componen los aspectos fundamentales del desarrollo institucional para conseguir duplicación de esfuerzos rumbo al cambio. La sinergia es imprescindible en las interacciones.

#### **5.2.4. Desarrollo institucional del GAD Chone**

##### **a. Misión**

El municipio de Chone es una entidad organizada administrativamente en todas sus áreas, brinda servicios básicos de calidad, modernos y eficientes, planificada y coordinadamente. Promueve el desarrollo cantonal con participación ciudadana, capacidad de coordinación y gestión, integrando a los sectores productivos, empresariales, financieros, educativos, culturales, políticos, sociales, deportivos, generacionales, para alcanzar la visión cantonal y en alianzas estratégicas intercantonales para lograr el desarrollo sustentable de Chone, a través de un PD y OT sostenible.

##### **b. Visión**

Para el año 2018 Chone será un cantón productivo con agroindustrias que incrementará el valor de su producción agropecuaria. Sus ciudadanos y ciudadanas son reconocidos a nivel nacional por su cultura e identidad montubia, al interior se vive un ambiente de seguridad, entusiasmo y de unidad, la ciudadanía participa activamente en todos los procesos para impulsar el modelo de desarrollo integral humano sustentable con organizaciones de base fortalecidas, equidad de género, equidad generacional, se impulsa el ecoturismo como alternativa económica, la zona rural estará integrada con vías de infraestructura de primer orden y a lo largo del cantón se contará con una amplia cobertura de servicios.

#### **5.2.5. Dirección de Comunicación del GAD Municipal de Chone**

##### **a. Misión**

Difundir acciones, avances y resultados de la administración municipal, con estrategias de comunicación social, así como el fortalecimiento de la gobernabilidad y el reconocimiento social del Gobierno Autónomo Descentralizado.

## **b. Visión**

Ser una entidad pública que promueva una nueva cultura política y de servicios, con el posicionamiento de una imagen sólida, definida, coherente, en la provincia y el cantón, estableciendo un vínculo de comunicación a corto, mediano y largo plazo que genere confianza, lealtad, satisfacción y una percepción positiva de la ciudadanía.

## **c. Objetivos**

- Restructurar el área de la Dirección de Comunicación Social.
- Establecer mecanismos eficaces de comunicación interna.
- Realizar una difusión veraz y oportuna de los mensajes.
- Mantener una coordinación con las áreas de prensa de las Secretarías, los organismos de Gobierno del Estado, Municipios, Partidos Políticos y el Congreso Local.
- Administrar transparente y eficientemente los recursos económicos, humanos, técnicos y materiales asignados a la Dirección de Comunicación Social.
- Coordinar las acciones y las estrategias de las áreas de comunicación social.

## **d. Comunicación interna de la institución**

Diseñando, planificando e implantando herramientas de información interna que faciliten a las personas conocer qué se espera de ellos y cuál es el objetivo común que la institución espera conseguir a través de vuestro trabajo.

Evaluando constantemente el grado de implicación de los directores y empleados con la cultura de trabajo institucional a través de estudios de clima laboral para diagnosticar cómo es la comunicación interna en la institución.

Evaluando periódicamente el diseño y el desarrollo de las herramientas de comunicación así como los canales de comunicación destinados para ellos, sean formales o informales.

Diseñando contenidos estratégicos para los sitios web y publicaciones electrónicas.

Anticipando posibles problemas de comunicación interna, para superar situaciones de crisis y procesos que impliquen un cambio cultural u operativo dentro de la Institución.

La comunicación interna constituye una herramienta fundamental en la gestión institucional moderna

## CAPÍTULO II

### 6. HIPÓTESIS

La comunicación interna incide en el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone en el segundo semestre de 2014.

#### 6.1 VARIABLES

V.I.: La comunicación interna

V.D.: Desarrollo institucional

#### Operacionalización de las variables

VARIABLES	INDICADORES
comunicación interna	-Estructura del equipo comunicacional del GAD Municipal
	-Comunicaciones enviadas-receptadas
	-Mensajes por Internet
	Mensajes por SMS y otros sistemas: Radio, televisión y prensa.
Desarrollo institucional	-Apertura del GAD a la comunidad
	-Presencia del GAD en el desarrollo de la comunidad

## CAPÍTULO III

### 7. METODOLOGÍA

#### 7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

**Bibliográfica:** ya que toda investigación requiere reunir información sobre la problemática a investigarse. Esta información se usó para generar el marco teórico así como para entender los procesos investigativos.

**De campo:** por realizarse fuera de nuestro lugar de estudio y bibliográfica por los recursos de este tipo que fueron necesarios indagar.

#### 7.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

**Descriptiva:** ya que describimos las condiciones en que se encuentra el sistema actual de comunicación del GAD entendido desde el punto de vista de documentación oficial y en lo referente a los sistemas digitales, incluida la página web municipal.

#### 7.3 MÉTODOS

Los métodos utilizados fueron: Inductivo, descriptivo, analítico y sintético, a fin de determinar las falencias en la comunicación y el desarrollo institucional del GAD Municipal del Cantón Chone.

#### 7.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas utilizadas fueron:

- Encuestas: a empleados y obreros; profesionales de la comunicación y a los usuarios
- Entrevistas: al director del departamento de comunicación del GAD Municipal del cantón Chone.

## **7.5 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **7.5.1 POBLACIÓN**

La constituye el GAD Municipal del Cantón Chone que es de 562 personas; 277 empleados y 285 obreros. En cuanto a empleados, 240 (87 %) poseen título profesional de tercer nivel. En cuanto a los obreros, ninguno tiene título de tercer nivel.

### **7.5.2 MUESTRA**

Se tomó como muestra el 30% del total de empleados del GAD Municipal del Cantón Chone, que son 168 personas, de las que 90 serán obreros, 78 empleados, una muestra al azar de 90 usuarios y 10 profesionales.

MUESTRA	
Empleados	78
Obreros	90
Usuarios	90
Profesionales	10
TOTAL	268

## 8. MARCO ADMINISTRATIVO

### 8.1 RECURSOS HUMANOS

- Autores del proyecto de tesis: Caicedo Dueñas Carlos Atanacio y Loor Zambrano Rosa Adelaida.
- Tutoría de tesis: Lic. Cira Zambrano García, MGs.

### 8.2 RECURSOS FINANCIEROS

Fueron cubiertos por los autores de la investigación por un total de USD\$ 925.00

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS</b>			
<b>BIENES</b>			
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Papel bon	5	Resmas	25,00
Cartuchos de tinta	4	Cartucho	100,00
Útiles de oficina	-	varios	50,00
Libros	5	texto	150.00
Anillados/Encuadernados	6	TXT	100.00
SUBTOTAL			425.00
<b>SERVICIOS</b>			
Transporte			100,00
Viáticos			200.00
Internet			200.00
SUBTOTAL			500.00
TOTAL			925.00

## CAPÍTULO IV

### 9. ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### 9.1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS Y OBREROS DEL GAD MUNICIPAL DE CHONE

1. ¿El GAD Municipal del cantón Chone le comunica a usted de todas las actividades de manera eficiente?

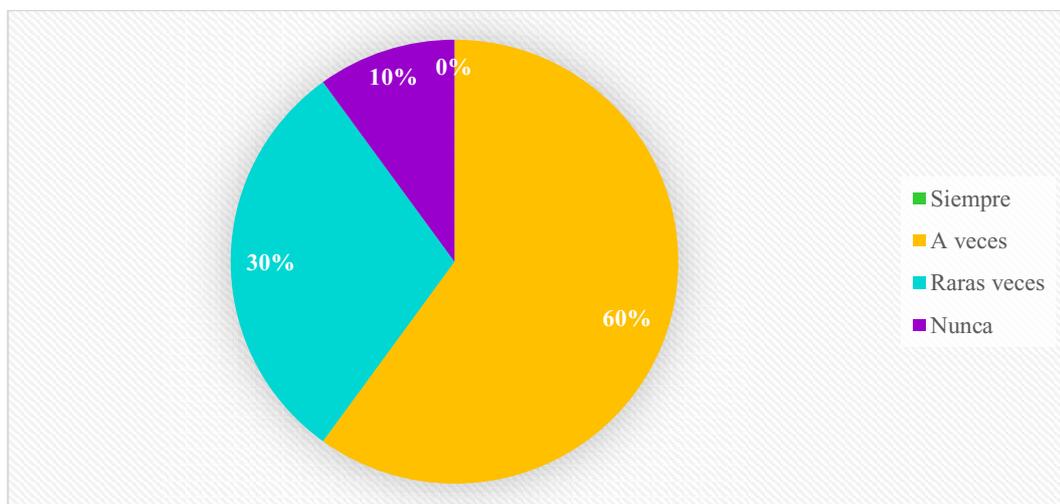
CUADRO #1

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	100	60%
Raras veces	50	30%
Nunca	18	10%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

Elaborado por: Carlos Caicedo y Rosa Loor

GRÁFICO #1



#### Análisis de datos:

El GAD Municipal del cantón Chone le comunica a usted de todas las actividades de manera eficiente en un 60% a veces, un 30% raras veces y un 10% nunca.

Es decir que el GAD muy pocas veces emite una comunicación eficiente en cuanto a sus actividades.

2. ¿Qué medios utiliza el GAD para hacerle algún tipo de comunicado como empleador de la institución?

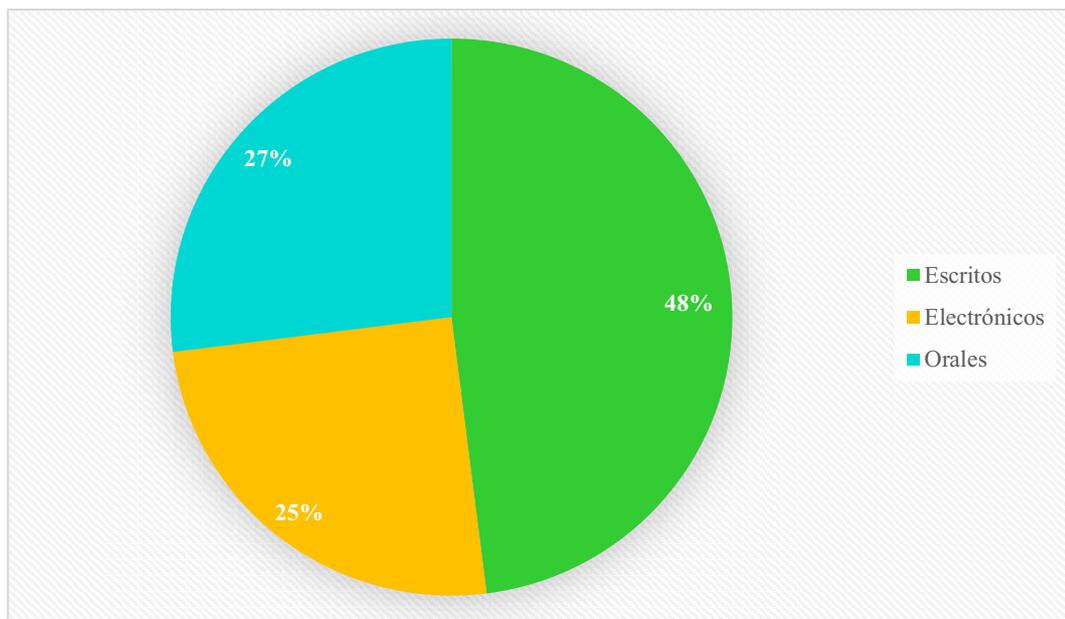
**CUADRO #2**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Escritos	80	48%
Electrónicos	43	25%
Orales	45	27%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #2**



**Análisis de datos:**

Entre los medios que utiliza el GAD para hacerle algún tipo de comunicado como empleador de la institución están en un 48% escritos, en un 27% orales y un 25% electrónicos.

Es decir que es su mayoría los medios utilizados son escritos, lo cual permite tener una comunicación interna formal.

3. ¿Cuáles son los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades?

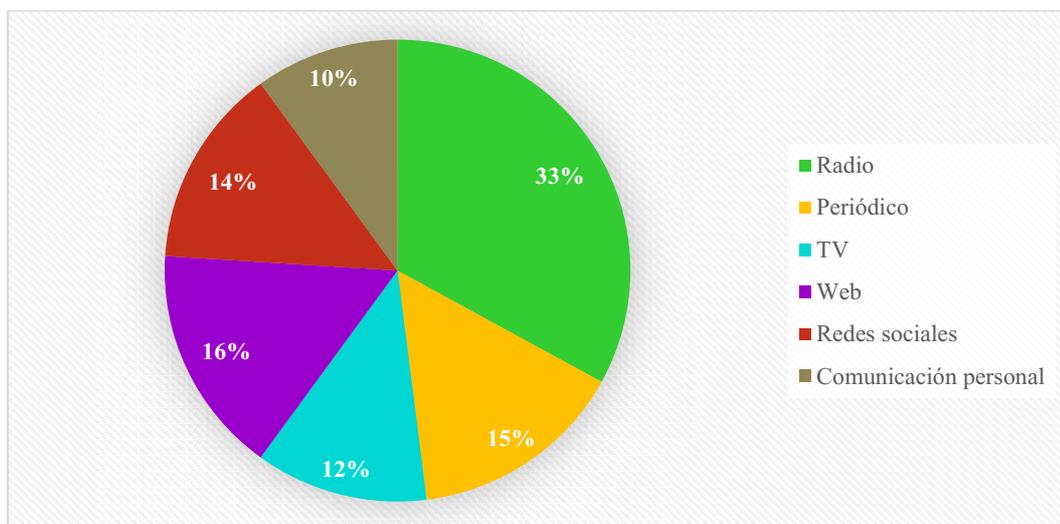
**CUADRO #3**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio	55	33%
Periódico	25	15%
TV	20	12%
Web	27	16%
Redes sociales	23	14%
Comunicación personal	18	10%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #3**



**Análisis de datos:**

Los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades son en un 33% radio, en un 15% periódico, en un 16% la web, en un 14% redes sociales, en un 12% la TV y el 10% la comunicación personal.

Es decir que hace uso de todos los medios pero los más usados son la radio, ya que es una de los principales medios del cantón.

4. ¿Por qué medios se entera usted de las obras y actividades municipales?

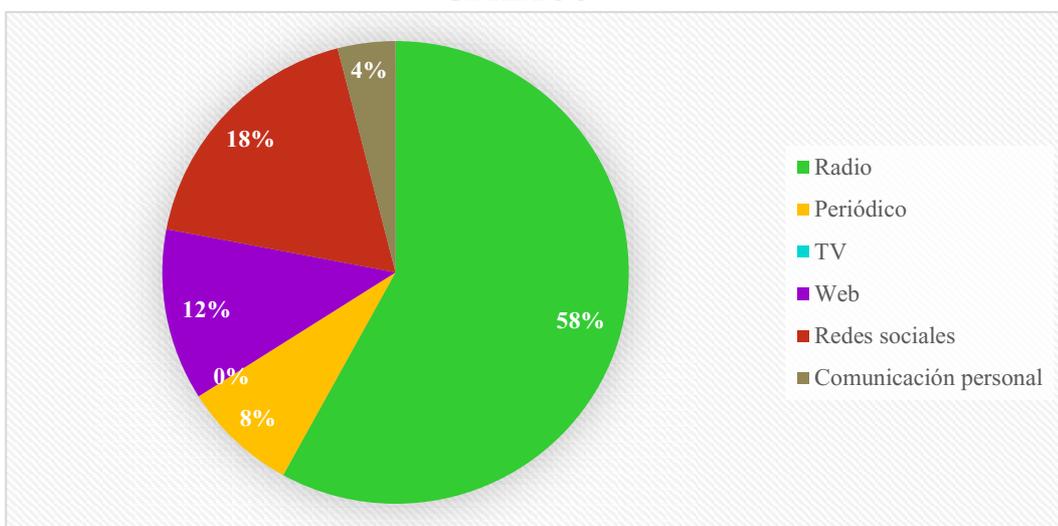
**CUADRO #4**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio	97	58%
Periódico	13	8%
TV	0	0%
Web	20	12%
Redes sociales	30	18%
Comunicación personal	8	4%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

Elaborado por: Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #4**



**Análisis de datos:**

Los medios por los que los empleados y los obreros se enteran de las obras y actividades municipales son en un 58% radio, 18% redes sociales, 12% la web, 8% periódico y el 4% comunicación personal.

Es decir que nuevamente la radio lidera los medios para comunicar en el GAD municipal.

5. ¿Ha escuchado usted por las radios locales los micro-informativos municipales?

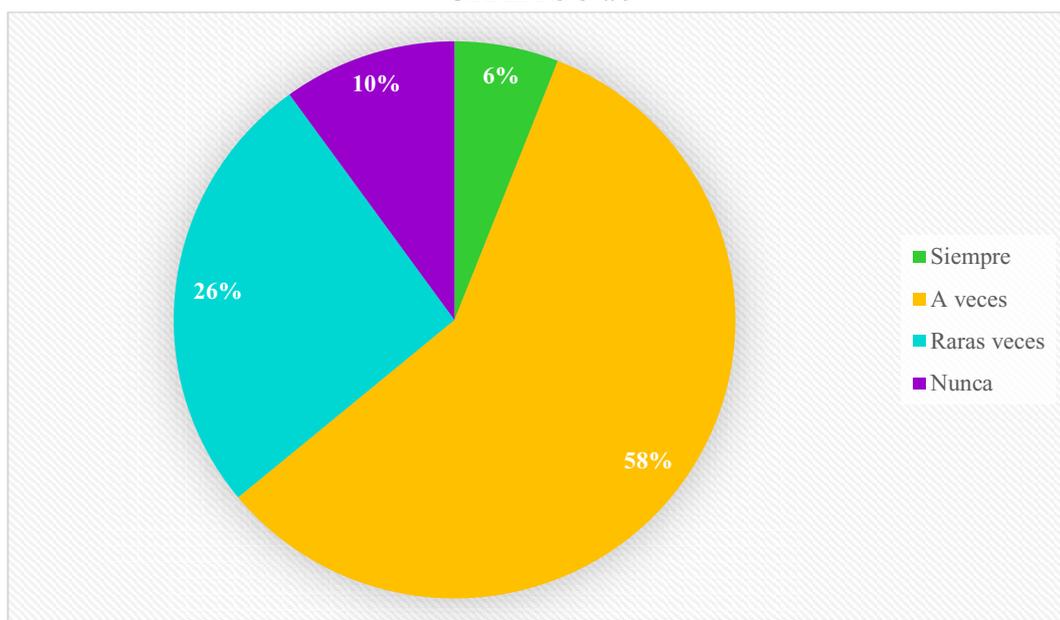
**CUADRO #5**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	10	6%
A veces	98	58%
Raras veces	43	26%
Nunca	17	10%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #5**



**Análisis de datos:**

Sobre si han escuchado los empleados y obreros por las radios locales los micro-informativos municipales, el 58% dice que a veces, el 26% raras veces, el 10% nunca y solo el 6% siempre.

Es decir que a nivel general son pocos los que escuchan los micros informativos por las radios.

6. ¿Ha visto por la tv local los micro-informativos municipales?

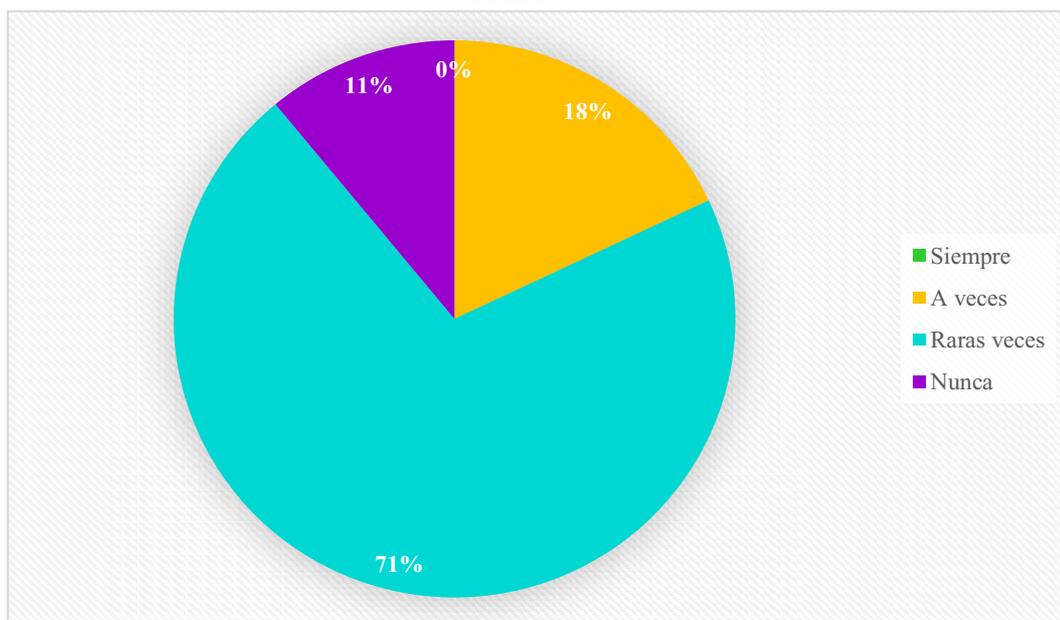
**CUADRO #6**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	30	18%
Raras veces	120	71%
Nunca	18	11%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #6**



**Análisis de datos:**

Sobre si han visto los empleados y obreros por la TV locales los micro-informativos municipales, respondieron en un 71% raras veces, 18% a veces y 11% nunca.

Es decir que por la TV tienen menos audiencia que por las radios los micros informativos

7. ¿Ha leído por la prensa provincial noticias municipales?

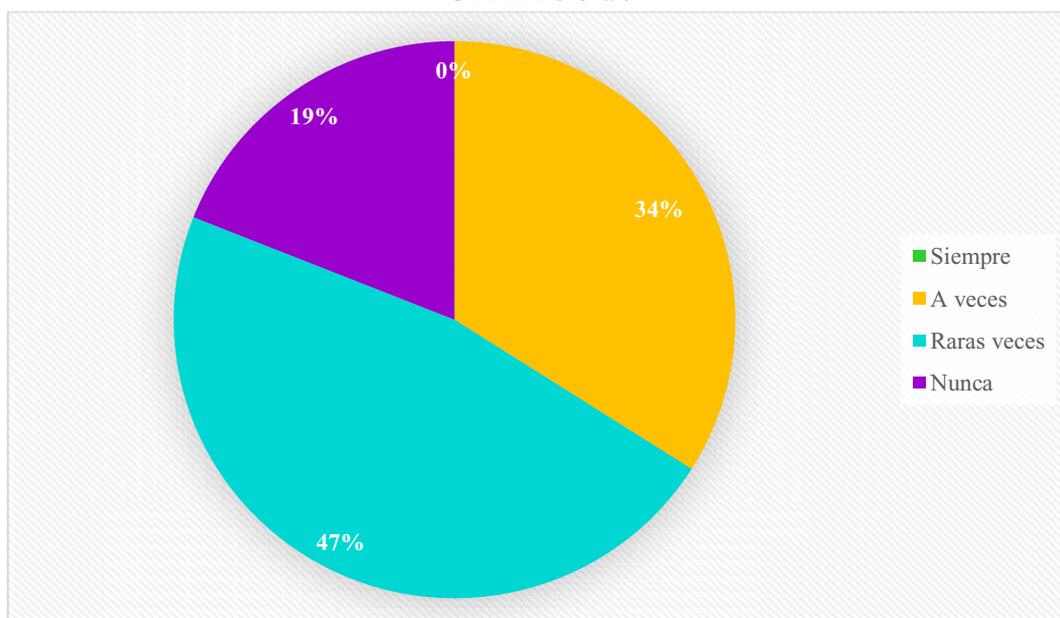
**CUADRO #7**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	57	34%
Raras veces	79	47%
Nunca	32	19%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

Elaborado por: Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #7**



**Análisis de datos:**

Sobre si los empleados y obreros han leído por la prensa provincial noticias municipales, se determinó que un 47% las lee rara vez, un 34% a veces y un 19% nunca.

Es decir que no hay mucho interés por parte de ellos para leer las noticias municipales.

8. ¿Ha visitado la página web del GAD Municipal de Chone?

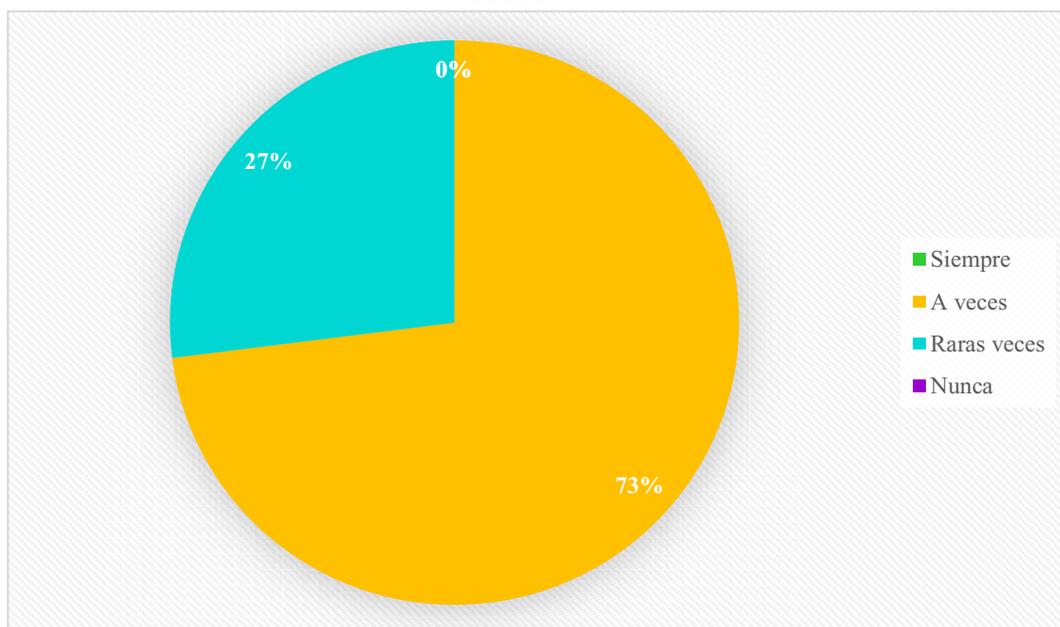
**CUADRO #8**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	123	73%
Raras veces	45	27%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #8**



**Análisis de datos:**

Sobre si los empleados y obreros han visitado la página web del GAD Municipal de Chone, el 73% respondió que a veces y el 27% que raras veces.

Es decir que la visita a la página web por parte del personal es regular y no hay tanto interés.

9. ¿Visita las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone?

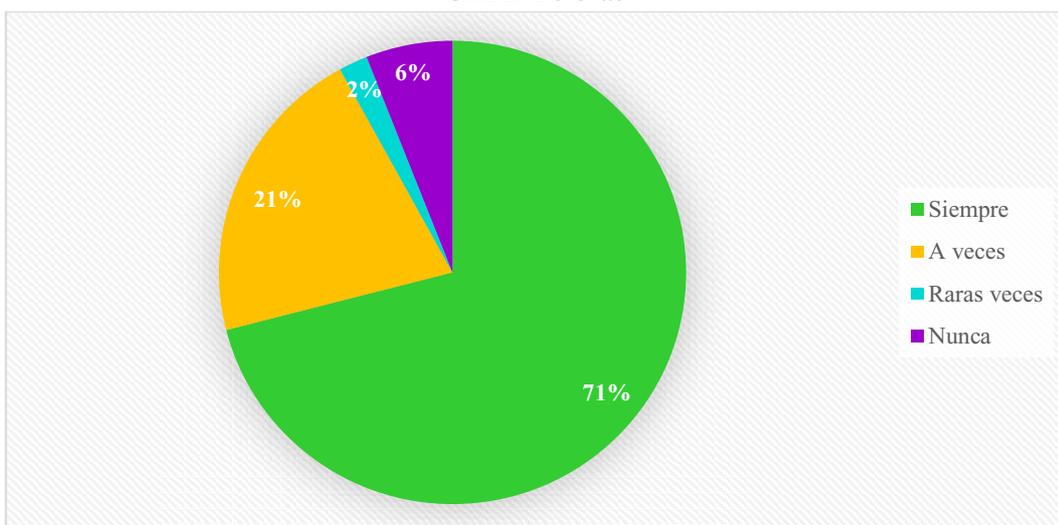
**CUADRO #9**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	120	71%
A veces	35	21%
Raras veces	3	2%
Nunca	10	6%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

Elaborado por: Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #9**



**Análisis de datos:**

En cuanto a las visitas de las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone, el personal del GAD lo hace en un 71% siempre, en un 31% a veces, en un 6% nunca y un 2% raras veces.

Es decir que las redes sociales tienen más aceptación y acogida por parte del personal de la institución

10. ¿Cree usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD Municipal de Chone?

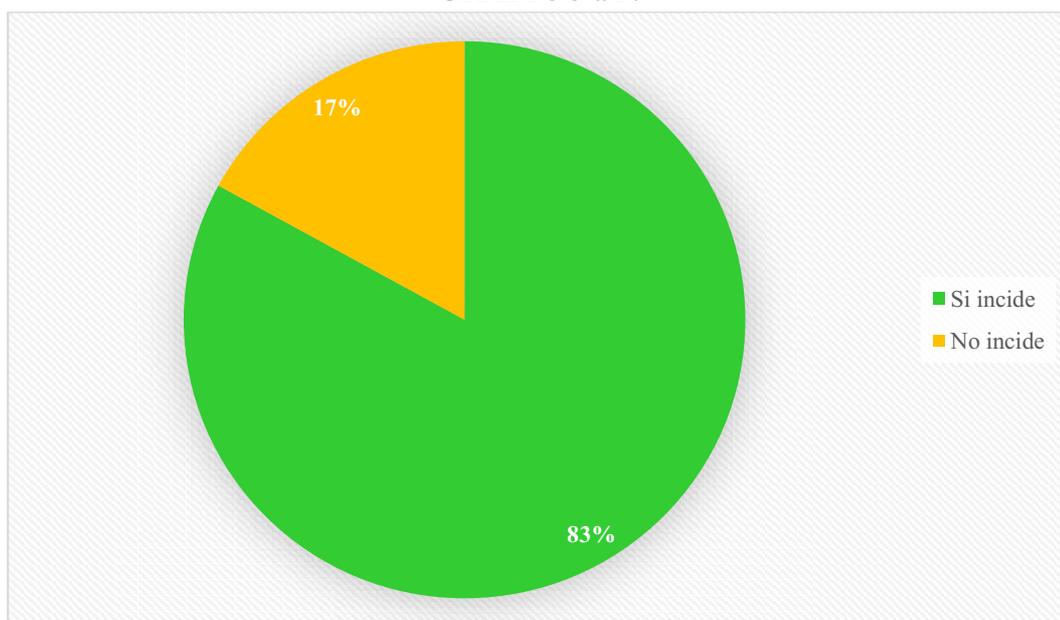
**CUADRO #10**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si incide	140	83%
No incide	28	17%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loo

**GRÁFICO #10**



**Análisis de datos:**

De los empleados y obreros del GAD Municipal de Chone el 83% considera que si incide la comunicación interna en el desarrollo institucional de la institución y solo un 17% considera que no.

Por lo tanto la comunicación interna si influye de alguna manera en el desarrollo institucional del GAD y sus empleados así lo afirman.

11. ¿Cree usted necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone?

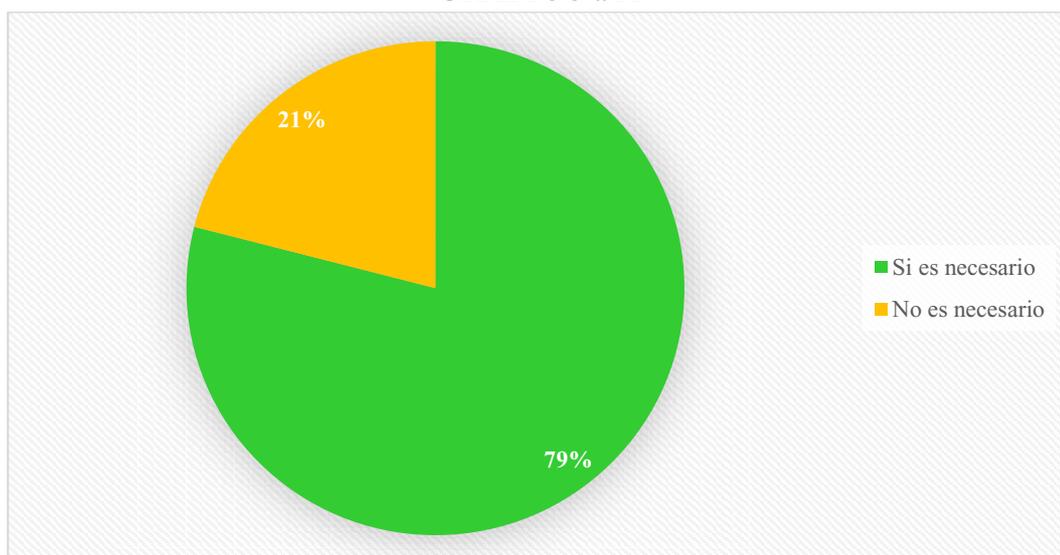
**CUADRO #11**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si es necesario	133	79%
No es necesario	35	21%
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleados y obreros del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loo

**GRÁFICO #11**



**Análisis de datos:**

En cuanto a si es necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone, los empleados consideran en un 79% que si es necesario y un 21% que no es necesario.

En consecuencia los empleados y obreros de la institución saben de la importancia que tiene emplear un nuevo sistema de comunicación.

## 9.2. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL GAD MUNICIPAL DE CHONE

1. ¿Cree usted que el GAD Municipal del cantón Chone comunica todas las actividades de manera eficiente?

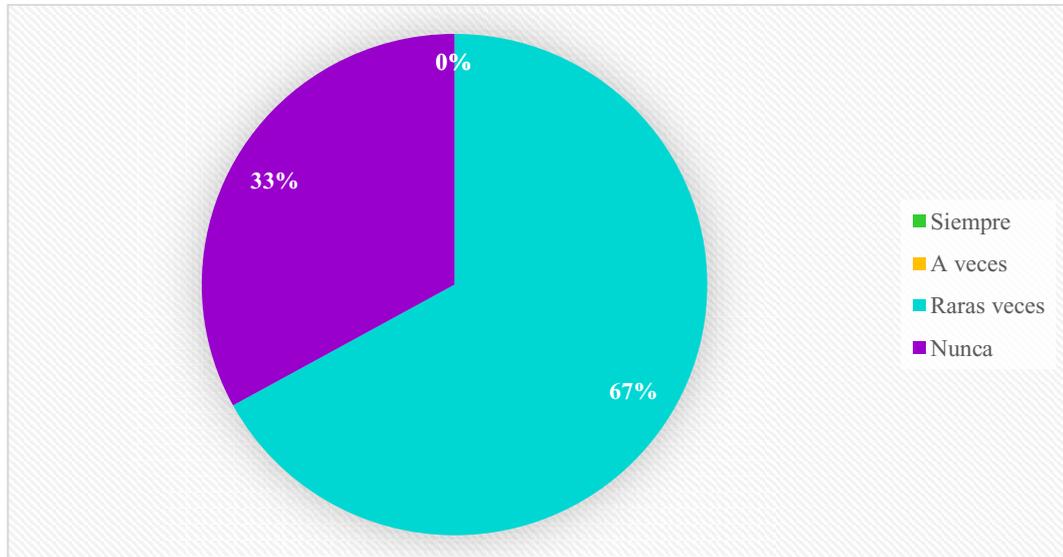
**CUADRO #12**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	0	0%
Raras veces	60	67%
Nunca	30	33%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #12**



### **Análisis de datos:**

El GAD Municipal del cantón Chone le comunica a usted de todas las actividades de manera eficiente en un 67% raras veces y un 33% nunca.

Es decir que el GAD muy pocas veces emite una comunicación eficiente en cuanto a sus actividades

2. ¿Qué medios utiliza usted para informarse sobre lo que sucede en el GAD?

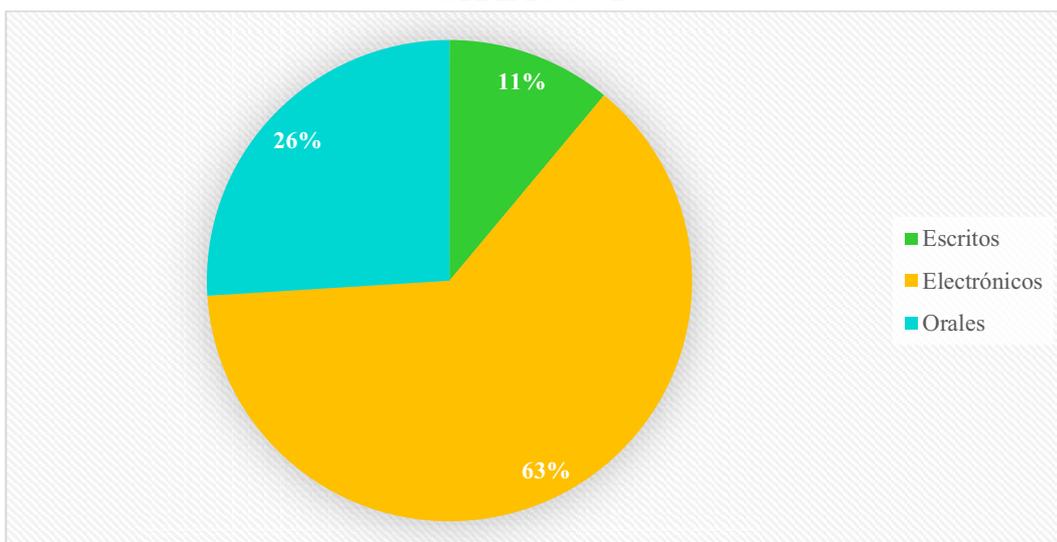
**CUADRO #13**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Escritos	10	11%
Electrónicos	57	63%
Orales	23	26%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #13**



**Análisis de datos:**

Entre los medios que utiliza el GAD para hacerle algún tipo de comunicado como empleador de la institución están en un 11% escritos, en un 26% orales y un 63% electrónicos.

Es decir que según los usuarios en su mayoría los medios utilizados son los electrónicos, lo cual permite tener una comunicación más rápida con la ciudadanía del cantón.

3. ¿Cuáles son los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades?

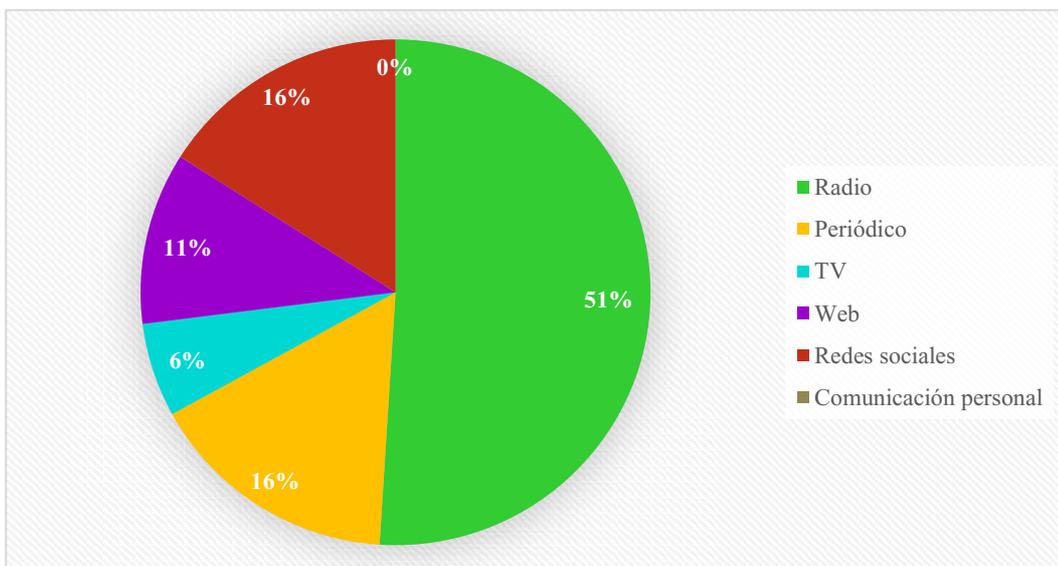
**CUADRO #14**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio	46	51%
Periódico	14	16%
TV	5	6%
Web	10	11%
Redes sociales	15	16%
Comunicación personal	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #14**



**Análisis de datos:**

Los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades son en un 51% radio, en un 16% periódico, en un 11% la web, en un 16% redes sociales y en un 6% la TV.

Es decir que hace uso de todos los medios pero los más usados son la radio, ya que es una de los principales medios del cantón.

4. ¿Por qué medios se entera usted de las obras y actividades municipales?

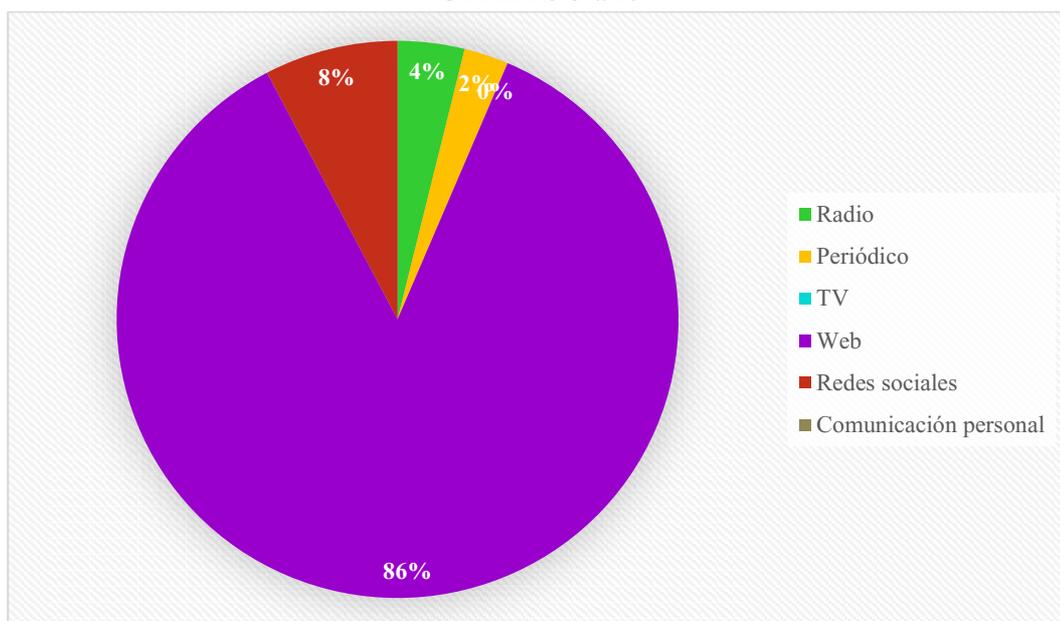
**CUADRO #15**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio	20	22%
Periódico	3	3%
TV	2	2%
Web	0	0%
Redes sociales	60	67%
Comunicación personal	5	6%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Chone

Elaborado por: Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #15**



**Análisis de datos:**

Los medios por los que los usuarios se enteran de las obras y actividades municipales son en un 86% web, 8% redes sociales, 4% radio y 2% periódico.

Es decir que la web es el principal medio de comunicación entre la institución y la ciudadanía del cantón.

5. ¿Ha escuchado usted por las radios locales los micro-informativos municipales?

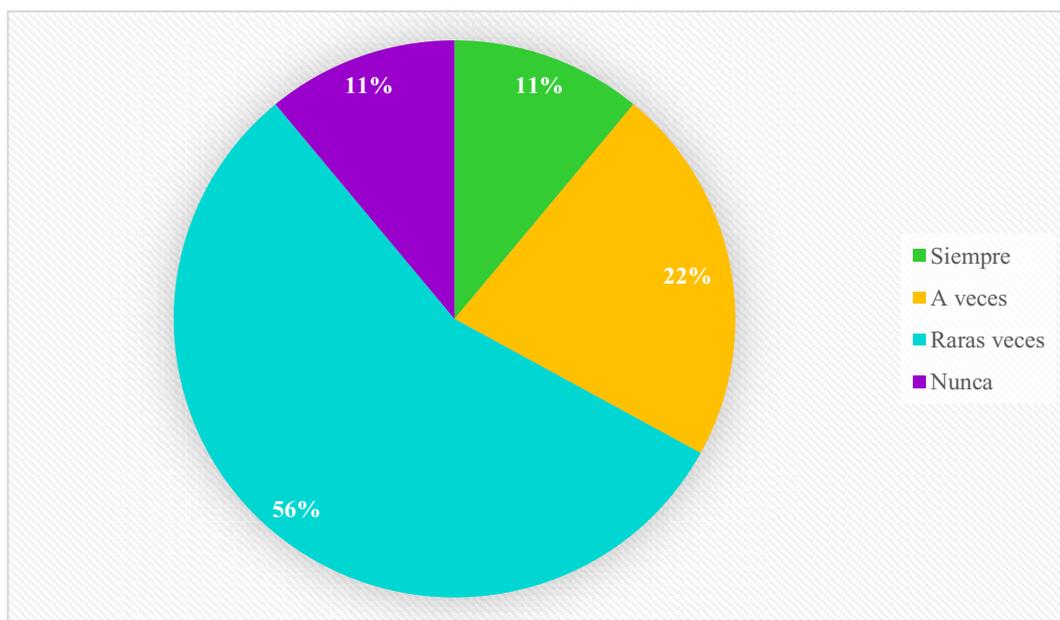
**CUADRO #16**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	10	11%
A veces	20	22%
Raras veces	50	56%
Nunca	10	11%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #16**



**Análisis de datos:**

Sobre si han escuchado los usuarios por las radios locales los micro-informativos municipales, el 56% dice que raras veces, el 22% a veces, el 11% nunca y solo el otro 11% siempre.

Es decir que a nivel general son pocos los que escuchan los micros informativos por las radios.

6. ¿Ha leído por la prensa provincial noticias municipales?

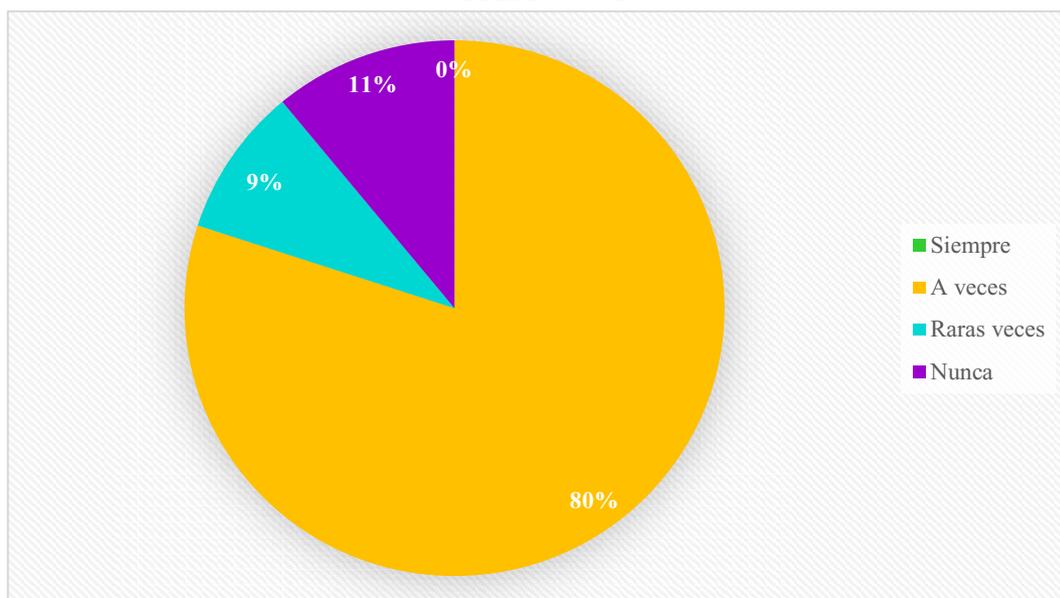
**CUADRO #17**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	72	80%
Raras veces	8	9%
Nunca	10	11%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #17**



**Análisis de datos:**

Sobre si han visto los usuarios por la TV locales los micro-informativos municipales, respondieron en un 80% a veces, 9% raras veces y 11% nunca.

Es decir que por la TV tienen menos audiencia que por las radios los micros informativos.

7. ¿Ha visto por la tv local los micro-informativos municipales?

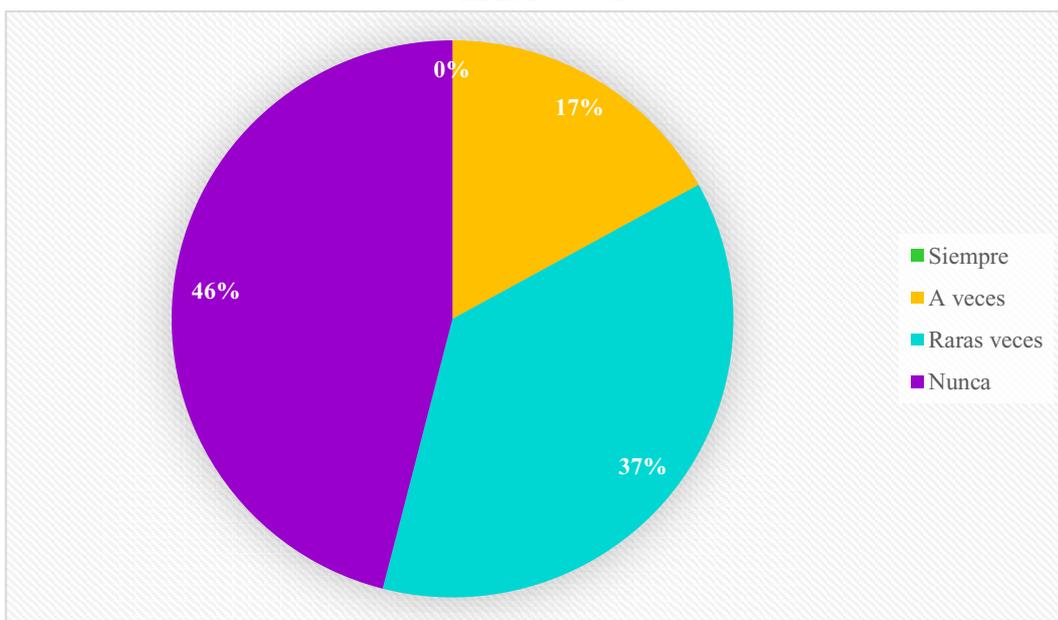
**CUADRO #18**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	15	17%
Raras veces	33	37%
Nunca	42	46%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #18**



**Análisis de datos:**

Sobre si los usuarios han leído por la prensa provincial noticias municipales, se determinó que un 46% nunca, 37% las lee rara vez y un 17% a veces.

Es decir que no hay mucho interés por parte de ellos para leer las noticias municipales.

8. ¿Ha visitado la página web del GAD Municipal de Chone?

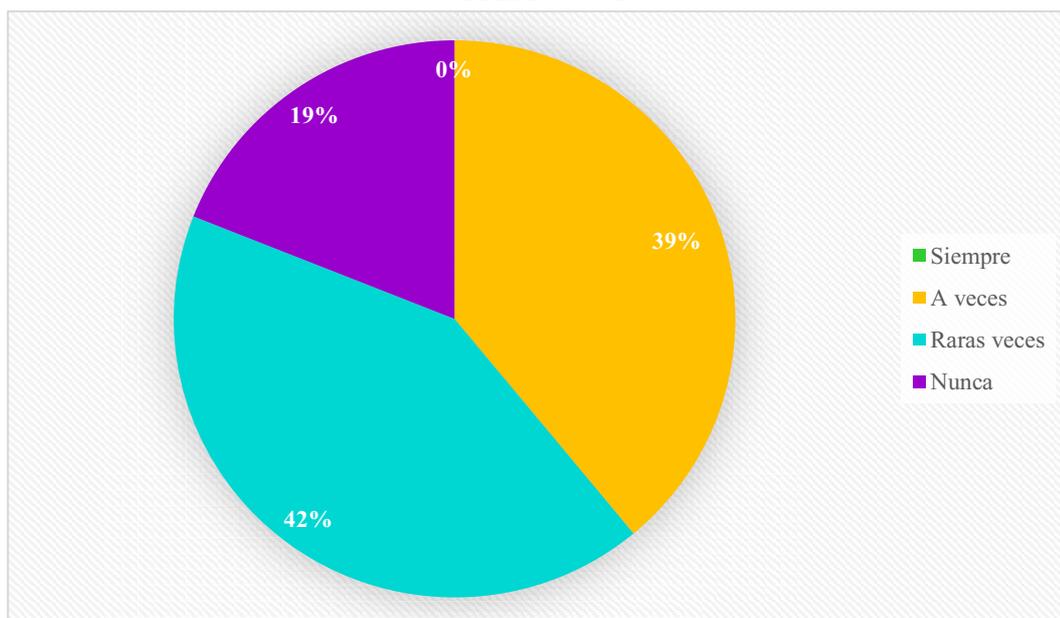
**CUADRO #19**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	35	39%
Raras veces	38	42%
Nunca	17	19%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #19**



**Análisis de datos:**

Sobre si los usuarios han visitado la página web del GAD Municipal de Chone, el 39% respondió que a veces, el 42% que raras veces y el 19% respondieron que nunca.

Es decir que la visita a la página web por parte del personal es regular y no hay tanto interés

9. ¿Visita las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone?

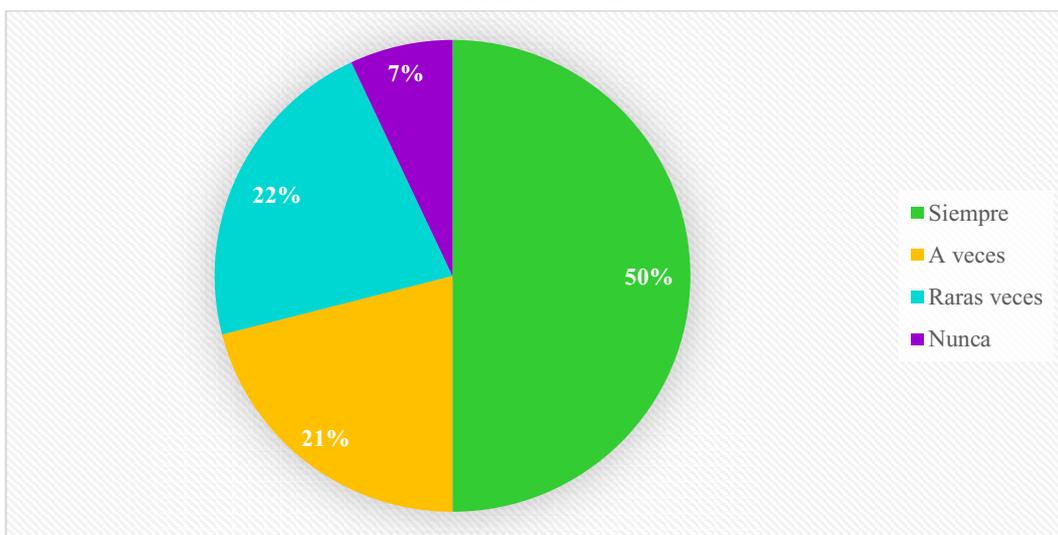
**CUADRO #20**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	45	50%
A veces	19	21%
Raras veces	20	22%
Nunca	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #20**



**Análisis de datos:**

En cuanto a las visitas de las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone, los usuarios lo hace en un 50% siempre, en un 21% a veces, en un 7% nunca y un 22% raras veces.

Es decir que las redes sociales tienen más aceptación y acogida por parte de la ciudadanía del cantón Chone.

10. ¿Cree usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD Municipal de Chone?

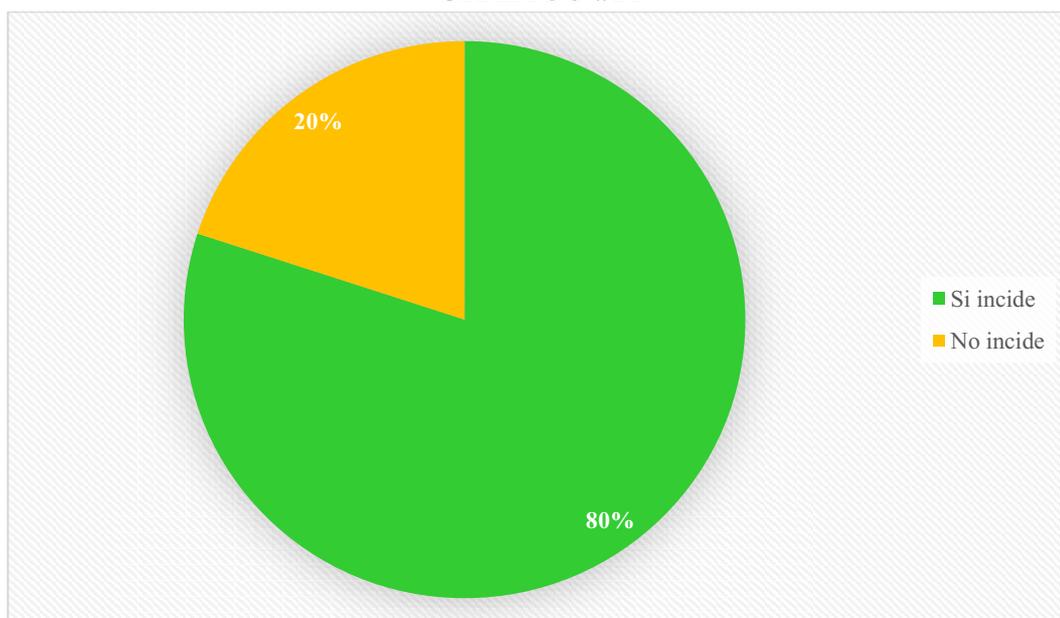
**CUADRO #21**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si incide	72	80%
No incide	18	20%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #21**



**Análisis de datos:**

De los usuarios del GAD Municipal de Chone el 80% considera que si incide la comunicación interna en el desarrollo institucional de la institución y solo un 20% considera que no.

Por lo tanto la mayoría considera que es real esta influencia, es decir la comunicación interna incide en el desarrollo institucional.

11. ¿Cree usted necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone?

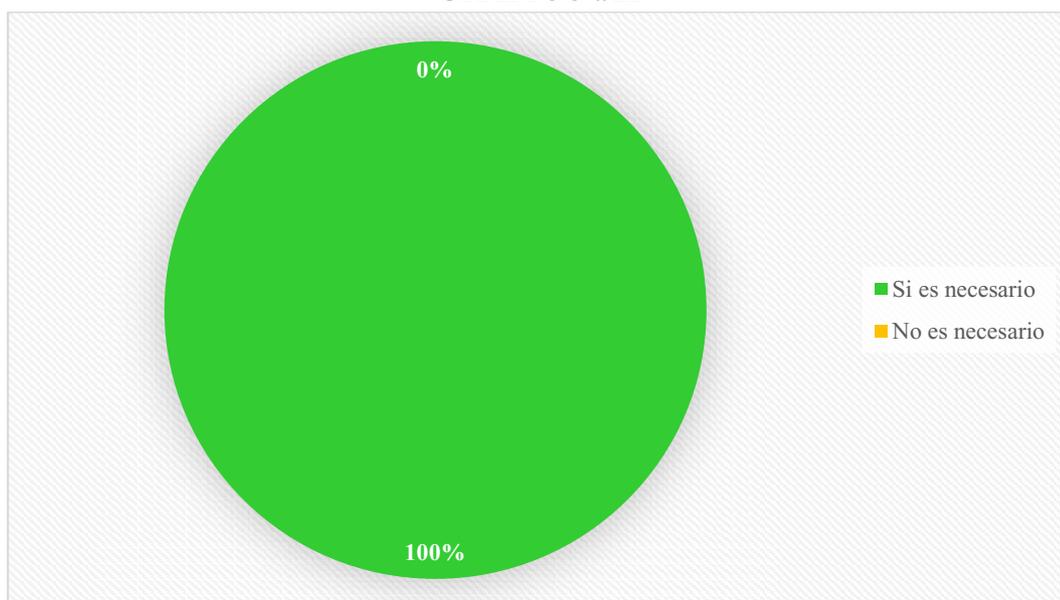
**CUADRO #22**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si es necesario	90	100%
No es necesario	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Usuarios del GAD Municipal de Chone

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #22**



### **Análisis de datos**

En cuanto a si es necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone, los usuarios consideran en un 100% que si es necesario aplicarlo.

Es decir que la ciudadanía está conscientes de la importancia que tiene emplear un nuevo sistema de comunicación.

### 9.3. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN

1. ¿Cree usted que el GAD Municipal del cantón Chone comunica todas las actividades de manera eficiente?

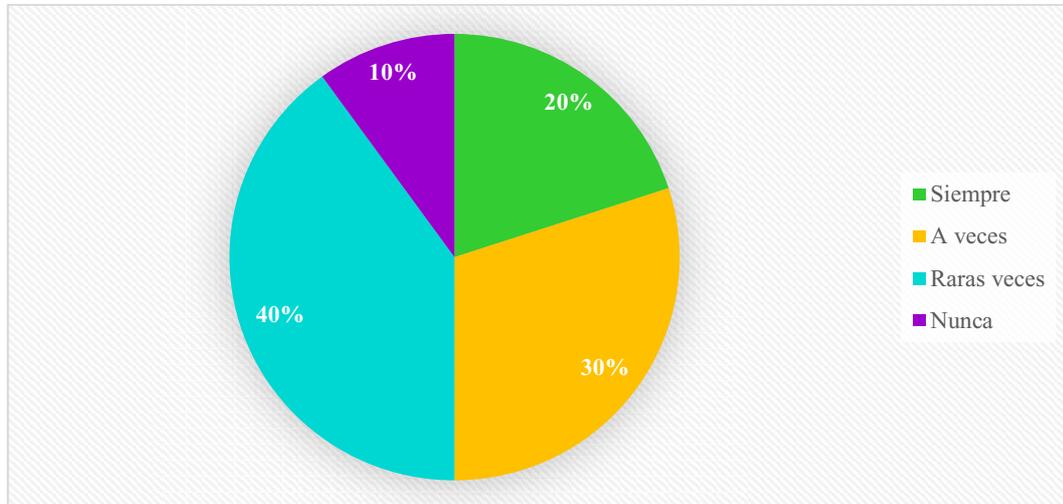
**CUADRO #23**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	2	20%
A veces	3	30%
Raras veces	4	40%
Nunca	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Profesionales de comunicación

Elaborado por: Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #23**



#### **Análisis de datos:**

El GAD Municipal del cantón Chone le comunica a usted de todas las actividades de manera eficiente en un 30% a veces, un 40% raras veces, en un 20% siempre y un 10% nunca.

Es decir que el GAD muy pocas veces emite una comunicación eficiente en cuanto a sus actividades.

2. ¿Qué medios utiliza usted para informarse sobre lo que sucede en el GAD?

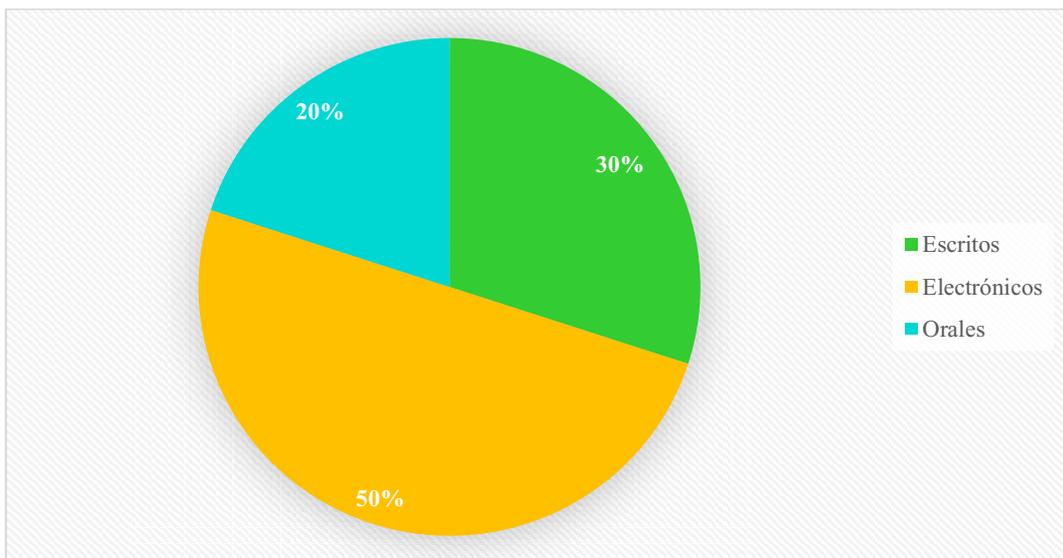
**CUADRO #24**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Escritos	3	30%
Electrónicos	5	50%
Orales	2	20%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #24**



**Análisis de datos:**

Entre los medios que utiliza el GAD para hacerle algún tipo de comunicado como empleador de la institución están en un 50% electrónicos, en un 20% orales y un 30% escritos.

Es decir que es su mayoría los medios utilizados son escritos, lo cual permite tener una comunicación interna formal.

3. ¿Cuáles son los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades?

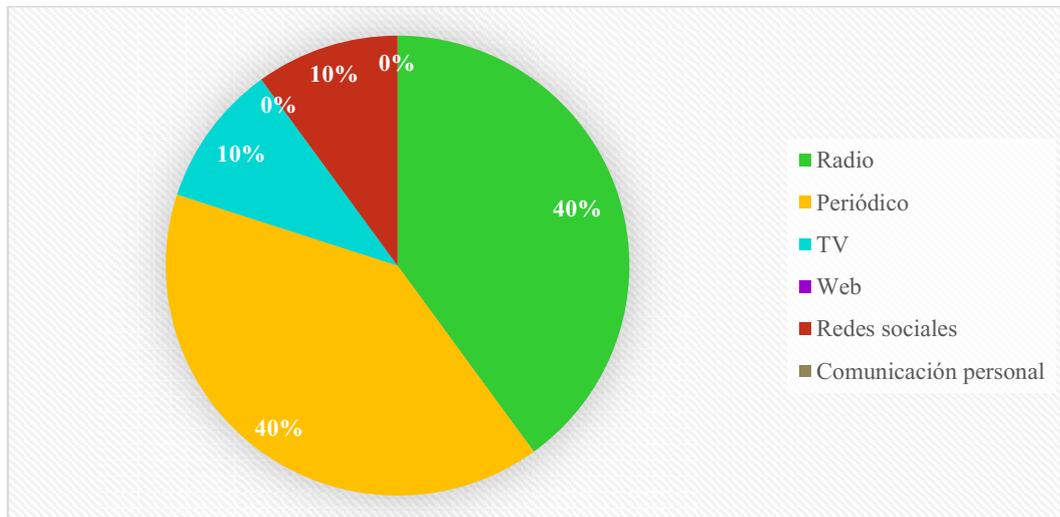
**CUADRO #25**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio	4	40%
Periódico	4	40%
TV	1	10%
Web	0	0%
Redes sociales	1	10%
Comunicación personal	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #25**



**Análisis de datos:**

Los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades son en un 40% radio, en un 40% periódico, en un 10% redes sociales y en un 10% la TV.

Es decir que hace uso de todos los medios pero los más usados son la radio y el periódico, ya que son los principales medios del cantón.

4. ¿Por qué medios se entera usted de las obras y actividades municipales?

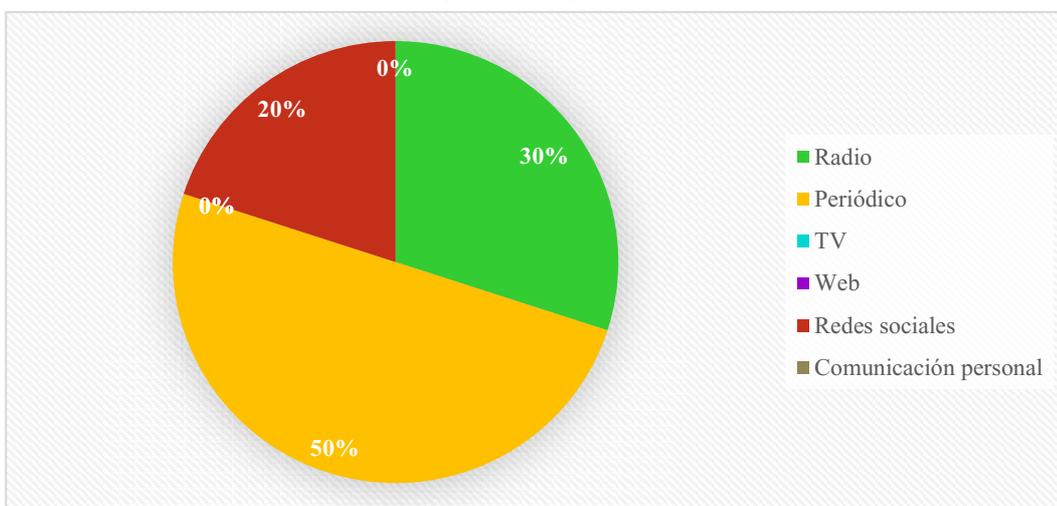
**CUADRO #26**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio	3	30%
Periódico	5	50%
TV	0	0%
Web	0	0%
Redes sociales	2	20%
Comunicación personal	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Profesionales de comunicación

Elaborado por: Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #26**



**Análisis de datos:**

Los medios por los que el GAD comunica las actividades municipales son en un 30% radio, 20% redes sociales y el 50% en periódico.

Es decir que el periódico es el principal medio de comunicación del GAD según los profesionales de comunicación encuestados.

5. ¿Ha escuchado usted por las radios locales los micro-informativos municipales?

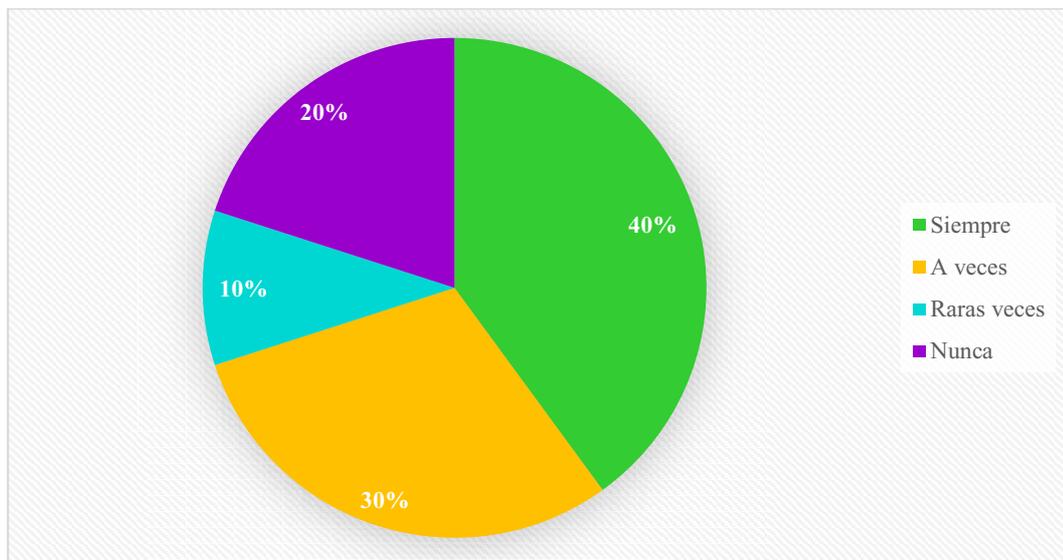
**CUADRO #27**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	4	40%
A veces	3	30%
Raras veces	1	10%
Nunca	2	20%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #27**



**Análisis de datos:**

Sobre si han escuchado los profesionales de la comunicación por las radios locales los micro-informativos municipales, el 30% dice que a veces, el 10% raras veces, el 20% nunca y solo el 40% siempre.

Es decir que a nivel general son varios los que escuchan los micros informativos por las radios.

6. ¿Ha leído por la prensa provincial noticias municipales?

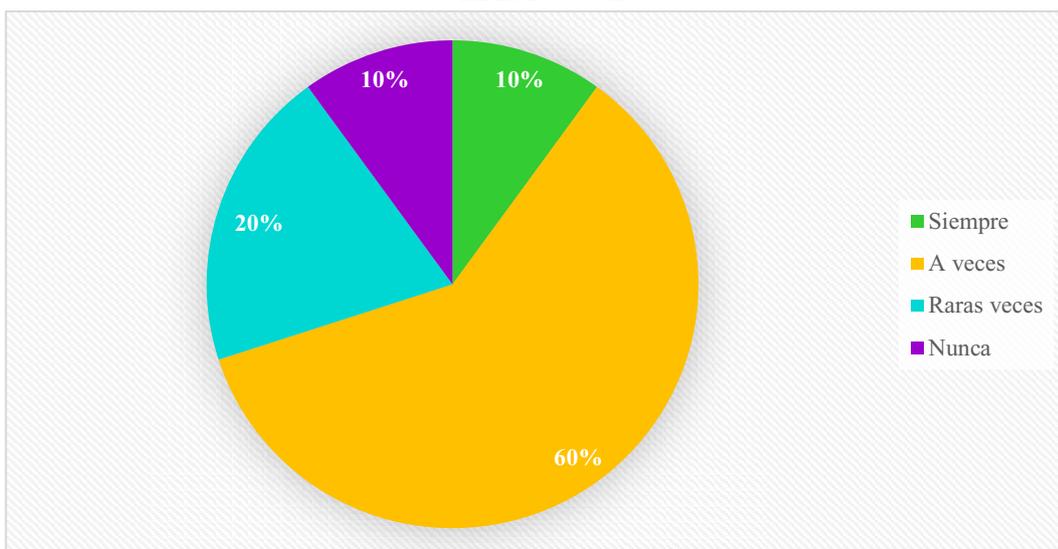
**CUADRO #28**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	1	10%
A veces	6	60%
Raras veces	2	20%
Nunca	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #28**



**Análisis de datos:**

Sobre si los profesionales de la comunicación han leído por la prensa provincial noticias municipales, se determinó que un 60% las lee a veces, un 20% raras veces, un 10% nunca y un 10% siempre.

Es decir que no hay mucho interés por parte de ellos para leer las noticias municipales.

7. ¿Ha visto por la tv local los micro-informativos municipales?

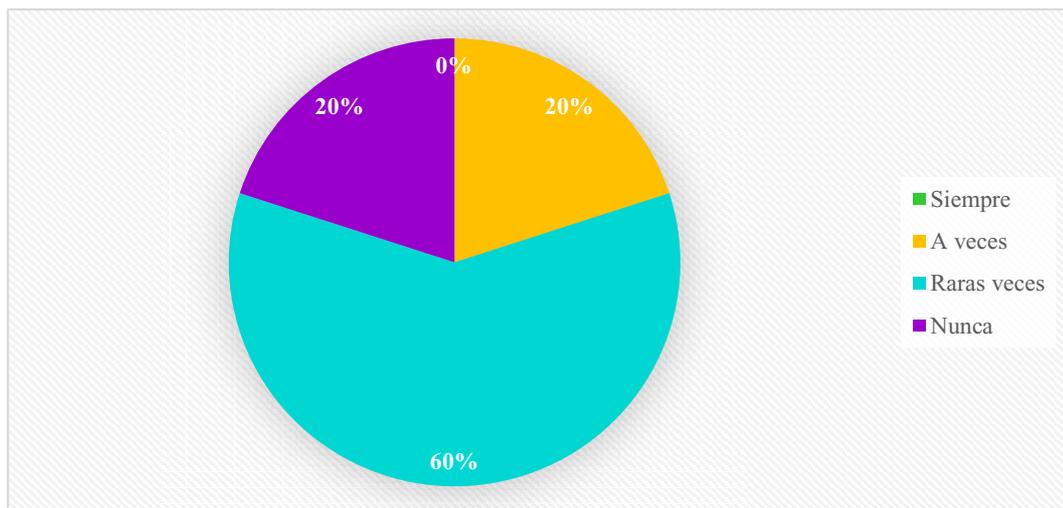
**CUADRO #29**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	2	20%
Raras veces	6	60%
Nunca	2	20%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #29**



**Análisis de datos:**

Sobre si han visto los profesionales de la comunicación por la TV locales los micro-informativos municipales, respondieron en un 60% raras veces, 20% a veces y 20% nunca.

Es decir que por la TV tienen menos audiencia que por las radios los micros informativos.

8. ¿Ha visitado la página web del GAD Municipal de Chone?

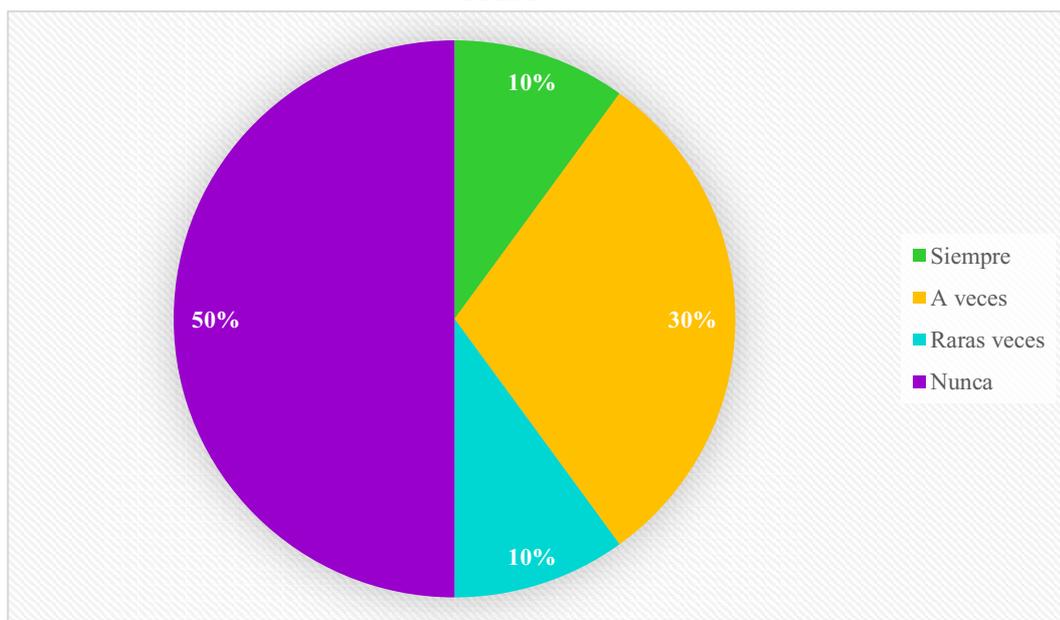
**CUADRO #30**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	1	10%
A veces	3	30%
Raras veces	1	10%
Nunca	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #30**



**Análisis de datos:**

Sobre si los profesionales de la comunicación han visitado la página web del GAD Municipal de Chone, el 50% respondió que nunca, el 30% que a veces, el 10% que raras veces y el otro 10% siempre.

Es decir que la visita a la página web por parte de los profesionales de la comunicación es regular y no hay tanto interés.

9. ¿Visita las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone?

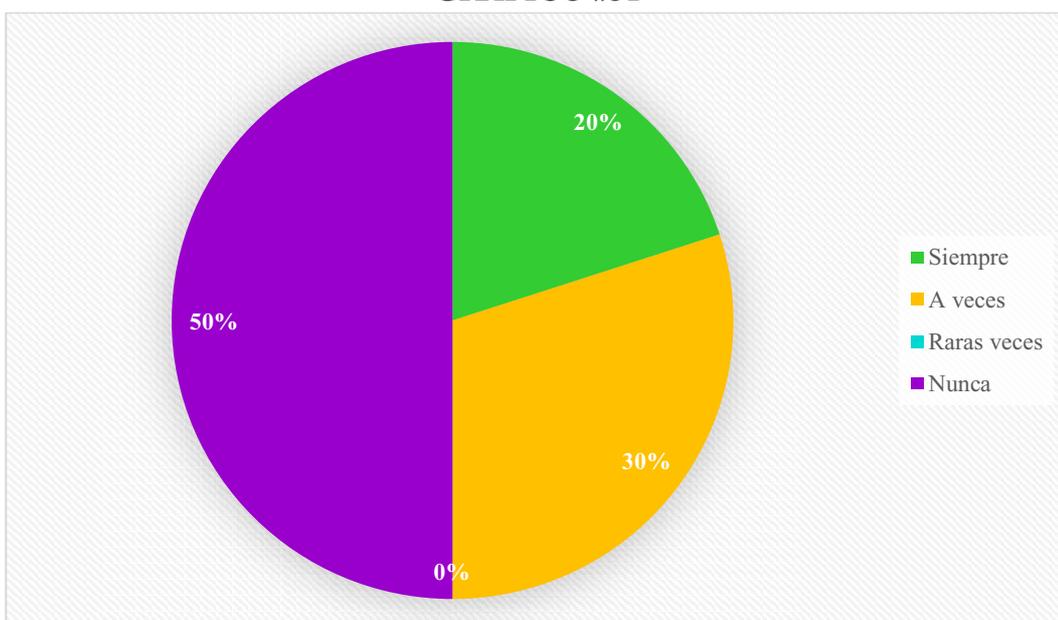
**CUADRO #31**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	2	20%
A veces	3	30%
Raras veces	0	0%
Nunca	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #31**



**Análisis de datos:**

En cuanto a las visitas de las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone, los profesionales de la comunicación lo hacen en un 20% siempre, en un 30% a veces y en un 50% nunca.

Es decir que las redes sociales tienen menos aceptación y acogida por parte de los profesionales de la comunicación.

10. ¿Cree usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD Municipal de Chone?

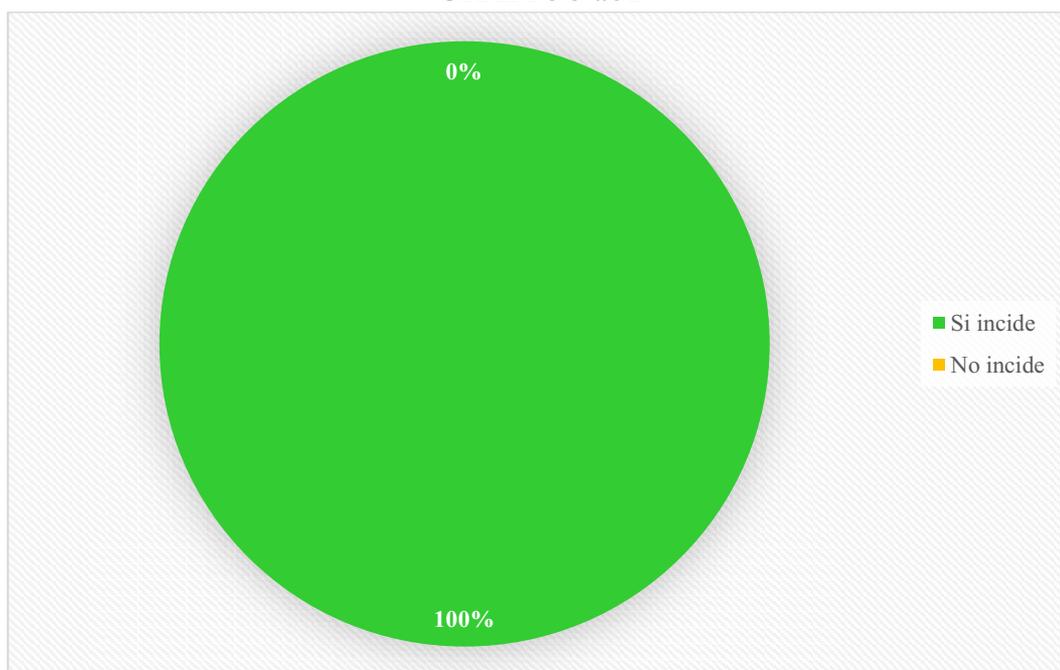
**CUADRO #32**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si incide	10	100%
No incide	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #32**



**Análisis de datos:**

De los profesionales de comunicación del GAD Municipal de Chone el 100% considera que si incide la comunicación interna en el desarrollo institucional de la institución, porque como profesionales del área entienden y comprenden la importancia que tiene una variable sobre la otra.

11. ¿Cree usted necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone?

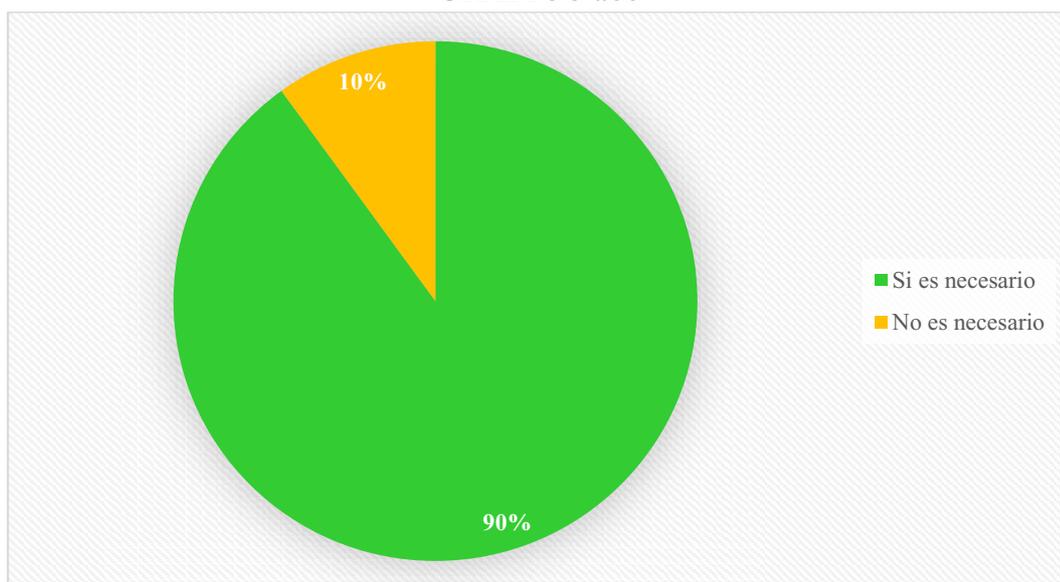
**CUADRO #33**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si es necesario	9	90%
No es necesario	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de comunicación

**Elaborado por:** Carlos Caicedo y Rosa Loor

**GRÁFICO #33**



**Análisis de datos:**

En cuanto a si es necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone, los profesionales de la comunicación consideran en un 90% que si es necesario y un 10% que no es necesario.

En consecuencia los comunicadores de la institución saben de la importancia que tiene emplear un nuevo sistema de comunicación.

#### **9.4. ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE EL SR. JUAN BOSCO ZAMBRANO.**

##### **1. ¿Qué factores predominan en la comunicación interna del GAD?**

Los factores que predominan en la comunicación interna del GAD es el informe que nos dan las respectivas coordinaciones y direcciones de los trabajos que se dan diariamente para emitir una información inmediata y darla a conocer

##### **2. ¿Qué medios y elementos emplean en la comunicación interna del GAD?**

Los medios que se emplean aquí en la comunicación interna del GAD son los mensajes, correos, whatsapp, correos electrónicos internos y la comunicación escrita

##### **3. ¿Cuáles son los procesos de comunicación que se manejan en el GAD?**

Hay diferentes clases de procesos que se manejan dentro del GAD en los ámbitos de comunicación internos, como las contrataciones con los medios de comunicación, sean estos hablados, escritos o televisivos

##### **4. ¿Cómo se informa a la ciudadanía de las actividades municipales?**

Ahora más que nunca hay facilidades de informar a la ciudadanía de las obras municipales, tenemos ya las redes alternativas, el whatsapp, el Facebook, las páginas electrónicas, la página web, las radios la televisión y los medios escritos.

##### **5. ¿Qué estrategias de comunicación interna aplican en el GAD?**

Las estrategias son varias, dependiendo el público y a donde se quiere llegar, si es masiva o no, tenemos los trípticos, la televisión, radios, páginas web y las vías alternativas de acuerdo a donde se quiere llegar y lo que se quiere dar a conocer.

##### **6. ¿Cómo funciona el sistema de comunicación dentro del GAD?**

El sistema de comunicación interno se maneja a través de las redes sociales, la telefonía y los medios escritos como los memorándum.

**7. ¿Qué finalidad tiene la página web del GAD?**

La finalidad que tiene la página web municipal es importantísima, porque se hace conocer la obra que se realiza, los trámites que se realiza dentro y fuera, ya que es una obligación de todas las instituciones ahora tener una página web por la situación de la rendición de cuenta

**8. ¿Cómo aporta la página web al desarrollo institucional del GAD?**

Al desarrollo institucional del GAD es muy preponderante ya que a través de ella se da a conocer todo que se está realizando, los procesos, entre otras.

**9. ¿Considera usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD? ¿Por qué?**

Muchísimo, si no hay una comunicación interna hay un fracaso rotundo y total de lo que se quiere hacer conocer a la ciudadanía, porque si no se informa el departamento de comunicación está de más

**10. ¿Qué nuevas estrategias aplicaría para mejorar la comunicación interna y el desarrollo institucional del GAD Chone?**

La sinceridad y la responsabilidad del trabajo es lo que se necesita para mejorar.

## **10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS**

La hipótesis planteada inicialmente fue:

“La comunicación interna incide en el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone en el segundo semestre de 2014”.

Mediante la investigación realizada se logró confirmar dicha hipótesis, por lo que se comprueba, dicha afirmación es sustentada por los siguientes resultados obtenidos mediante las técnicas de recolección de datos:

De la encuesta aplicada a los empleados y obreros del GAD Chone, mediante la pregunta N°10 en donde se indaga sobre la incidencia de la comunicación interna en el desarrollo institucional, se obtuvo un 83% de afirmación, por otra parte existe un 63% de empleados y obreros que consideran que el GAD solo a veces logra comunicar eficientemente y el 79% afirma que es necesario un nuevo sistema de comunicación que no afecte al desarrollo institucional.

De la encuesta a los usuarios en la pregunta N° 10, con la misma interrogante se obtuvo un 80% en la respuesta si incide, además el 67% asegura que el GAD rara vez comunica eficientemente lo cual dificulta el desarrollo de la institución y el 100% consideran que es necesario un nuevo modelo de comunicación.

De la encuesta aplicada a los profesionales de la comunicación así mismo en la pregunta N° 10 se logró un 100% afirmativo en cuanto a dicha incidencia, el 40% cree que rara vez existe una comunicación eficaz en el GAD y el 90% que es necesario un nuevo sistema de comunicación en la institución.

De la entrevista aplicada al director del departamento de comunicación del GAD Chone considera que si incide mucho, porque si no hay una comunicación interna hay un fracaso rotundo y total de lo que se quiere hacer conocer a la ciudadanía, porque si no se informa el departamento de comunicación está de más.

## CAPÍTULO V

### 11. CONCLUSIONES

Los investigadores plantean las siguientes conclusiones:

- La comunicación interna del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone se genera de forma escrita y electrónica mayormente, además su eficiencia es regular por lo que se determina como una inadecuada comunicación interna.
- Los procesos de comunicación que maneja el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone se da mayormente por radio, periódico y redes sociales, siendo la radio el principal medio del cantón y por otra parte las redes sociales han ganado un auge muy importante para la comunicación.
- Entre las principales estrategias de comunicación interna que se emplean en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone se encuentran los micros informativos por radio, TV y las noticias municipales en la prensa, que a nivel general tienen poca aceptación y audiencia por lo determinado en las técnicas de recolección de datos aplicadas.
- La página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone es una herramienta muy poderosa que se debe manejar adecuadamente, así mismo se debe aprovechar al máximo este recurso, ya que actualmente la ciudadanía está más pendiente de lo que se genera en el internet y están pendiente de las redes.
- Resulta indispensable hacer cambios generales en la comunicación interna del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone, para solucionar los procesos y el sistema de comunicación empleado actualmente a fin de mejorar el desarrollo institucional.

## 12. RECOMENDACIONES

Los investigadores plantean las siguientes recomendaciones:

- Mejorar la comunicación interna que se maneja en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone, mediante el uso de nuevos procedimientos en cuanto a escritos, comunicados, medios de información para el personal entre otros.
- Potenciar los procesos de comunicación por radio, ya que este permite llegar más a la ciudadanía del cantón y sobre todo explotar más el uso de las redes sociales ya que estas nos permiten estar más vinculados con la comunidad e informar de manera más rápida.
- Replantear las estrategias de comunicación para que la ciudadanía conozca y se interesa más por las actividades municipales y los acontecer del cantón, haciendo uso de nuevas estrategias para vincular la institución a la ciudadanía y viceversa.
- Desarrollar más la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone, para que las personas pueden encontrar toda la información necesaria a través de este medio, aprovechando este importante recurso, así como también las redes sociales: Facebook, twitter e instagram, al ser las de mayor influencia.
- Diseñar e implementar una capacitación para el personal del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone, a fin de mejorar la comunicación interna y fomentar el desarrollo institucional, dirigido por el departamento de comunicación.

### **13. BIBLIOGRAFÍA**

BARRANCO, J.: Planificación estratégica de recursos humanos. Del marketing interno a la planificación, Madrid: Pirámide, 1993.

DAVARA, F. J.: Estrategias de comunicación en marketing, Madrid: Dossat 2000, 1994.

DRUCKER, P. (1988): "The coming of the new organization", en Harvard Business Review: Gestión del conocimiento, Bilbao: Deusto, 2000.

FAVARO, Daniel. 2014. Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones. CREAS. Centro Regional Ecuménico de Asesoría y Servicios. Buenos Aires.

GAN, F.: Manual de programas de desarrollo de Recursos Humanos, Barcelona: Apóstrofe, 1996.

GARRIGÓS, J.L.: "Cómo elaborar un plan de comunicación interna", Capital Humano, Madrid, nº. 94, 1996.

GOMEZ Y PATIÑO, M<sup>a</sup>. G.: "El Gabinete de comunicación sinónimo de hermetismo" La Coruña: VI Congreso Español de Sociología, 1998.

HERNÁNDEZ Sampieri y otros. 2003. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill Interamericana, tercera edición. México.

KATZ, D. Y KHAN, R.: Psicología social de las organizaciones. México: Trillas, 1986.

KLEIN, J.A.: "Why supervisors resist employee involvement", Harvard Business Review, nº. 62, pp. 87-95, 1984.

LUCAS MARIN, A.: La comunicación en la empresa y en las organizaciones, Barcelona: Bosch comunicación, 1997.

LUHMANN, N.: Sistema Social, México: Universidad Iberoamericana, 1995

- MAZO, J. M.: “Paradojas de la empresa interconectada”, Anuario de Comunicación. Madrid. ADC-DIRCOM, 1998.
- NONAKA, I.(1991): “The knowledge-creating company”, en Harvard Business Review: Gestión del conocimiento, Bilbao: Deusto, 2000.
- PETIT, F.: Psicología de las organizaciones, Barcelona: Herder, 1984.
- PONTI, Valery. 1972. Historia de las comunicaciones. Salvat S.A. de ediciones. Pamplona
- PRATKANIS, A. Y ARONSON, E.: La era de la propaganda, Barcelona: Paidós Comunicación, 1994.
- PUCHOL. L.: Dirección y Gestión de Recursos Humanos, Madrid: Díaz de Santos, 1997.
- PUYAL, E.: “La supervisión de grupos autónomos de trabajo: una cuestión paradójica”, Revista de Gestión Pública y Privada, nº 4, pp 301-314, 1999.
- ROBBINS, H. y FINLEY, M.: Por qué fallan los equipos, Barcelona: Gránica, 1999.
- S/A. 2008. Principios básicos de la comunicación institucional. II curso de Periodismo. Documento PDF compartido. Tetuán.
- SABINO, Carlos A. 1978. El Proceso de Investigación. S/E. Caracas.
- SERIEYX, Hervè: El Big Bang de las organizaciones, Barcelona: Ediciones B, 1994.
- SIMON, H.: “La comunicación”, Lecturas de teoría de la organización, Madrid: MAP, pp 353-369, 1993.
- SOMOZA, F.: “La comunicación interna, instrumento de motivación de la empresa”, Alta Dirección, nº. 179, 1996.

STRAUSS, G. “La participación de los trabajadores en la gestión” en HARTLEY, J.F. y STEPHENSON, G.: Relaciones laborales. La psicología de la influencia y del control en el trabajo, Madrid: Ministerio de trabajo y Asuntos Sociales, 1992.

### **13.1. Webgrafía**

[www.creas.org/planificación de la comunicación/grupos/organizaciones](http://www.creas.org/planificación%20de%20la%20comunicación/grupos/organizaciones) visitada en octubre 20 de 2014.

## ANEXO #1

### ENCUESTA DIRIGIDA A EMPLEADOS Y OBREROS DEL GAD CHONE

**OBJETIVO:** Determinar la comunicación interna como base para el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone en el primer semestre del año 2015

1. ¿El GAD Municipal del cantón Chone le comunica a usted de todas las actividades de manera eficiente?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
2. ¿Qué medios utiliza el GAD para hacerle algún tipo de comunicado como empleador de la institución?  
 Escritos    Electrónicos    Orales
3. ¿Cuáles son los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades?  
 Radio    Periódico    TV    Web  
 Redes sociales    Comunicación personal
4. ¿Por qué medios se entera usted de las obras y actividades municipales?  
 Radio    Periódico    TV    Web  
 Redes sociales    Comunicación personal
5. ¿Ha escuchado usted por las radios locales los micro-informativos municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
6. ¿Ha visto por la tv local los micro-informativos municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
7. ¿Ha leído por la prensa provincial noticias municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
8. ¿Ha visitado la página web del GAD Municipal de Chone?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
9. ¿Visita las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
10. ¿Cree usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD Municipal de Chone?  
 Si incide    No incide
11. ¿Cree usted necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone?  
 Si es necesario    No es necesario

## ANEXO #2

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL GAD MUNICIPAL DE CHONE

**OBJETIVO:** Determinar la comunicación interna como base para el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone en el primer semestre del año 2015

1. Cree usted que el GAD Municipal del cantón Chone comunica todas las actividades de manera eficiente?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
2. ¿Qué medios utiliza usted para informarse sobre lo que sucede en el GAD?  
 Escritos    Electrónicos    Orales
3. ¿Cuáles son los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades?  
 Radio                       Periódico                       TV                       Web  
 Redes sociales                       Comunicación personal
4. ¿Por qué medios se entera usted de las obras y actividades municipales?  
 Radio                       Periódico                       TV                       Web  
 Redes sociales                       Comunicación personal
5. ¿Ha escuchado usted por las radios locales los micro-informativos municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
6. ¿Ha leído por la prensa provincial noticias municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
7. ¿Ha visto por la tv local los micro-informativos municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
8. ¿Ha visitado la página web del GAD Municipal de Chone?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
9. ¿Visita las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
10. ¿Cree usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD Municipal de Chone?  
 Si incide                       No incide
11. ¿Cree usted necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone?  
 Si es necesario                       No es necesario

### ANEXO #3

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN

**OBJETIVO:** Determinar la comunicación interna como base para el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone en el primer semestre del año 2015

1. ¿Cree usted que el GAD Municipal del cantón Chone comunica todas las actividades de manera eficiente?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
2. ¿Qué medios utiliza usted para informarse sobre lo que sucede en el GAD?  
 Escritos    Electrónicos    Orales
3. ¿Cuáles son los medios que usa el GAD Municipal de Chone para comunicar al público de sus actividades?  
 Radio                       Periódico                       TV                       Web  
 Redes sociales                       Comunicación personal
4. ¿Por qué medios se entera usted de las obras y actividades municipales?  
 Radio                       Periódico                       TV                       Web  
 Redes sociales                       Comunicación personal
5. ¿Ha escuchado usted por las radios locales los micro-informativos municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
6. ¿Ha leído por la prensa provincial noticias municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
7. ¿Ha visto por la tv local los micro-informativos municipales?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
8. ¿Ha visitado la página web del GAD Municipal de Chone?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
9. ¿Visita las redes sociales para conocer sobre las actividades del GAD Municipal del cantón Chone?  
 Siempre    A veces    Raras veces    Nunca
10. ¿Cree usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD Municipal de Chone?  
 Si incide                       No incide
11. ¿Cree usted necesario aplicar un nuevo sistema de comunicación en el GAD Municipal de Chone?  
 Si es necesario                       No es necesario

#### **ANEXO #4**

#### **ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE.**

**OBJETIVO:** Determinar la comunicación interna como base para el desarrollo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone en el primer semestre del año 2015

**INVESTIGADORES:** CARLOS CAICEDO Y ROSA LOOR

#### **ENTREVISTADO:**

11. ¿Qué factores predominan en la comunicación interna del GAD?
12. ¿Qué medios y elementos emplean en la comunicación interna del GAD?
13. ¿Cuáles son los procesos de comunicación que se manejan en el GAD?
14. ¿Cómo se informa a la ciudadanía de las actividades municipales?
15. ¿Qué estrategias de comunicación interna aplican en el GAD?
16. ¿Cómo funciona el sistema de comunicación dentro del GAD?
17. ¿Qué finalidad tiene la página web del GAD?
18. ¿Cómo aporta la página web al desarrollo institucional del GAD?
19. ¿Considera usted que la comunicación interna incide en el desarrollo institucional del GAD? ¿Por qué?
20. ¿Qué nuevas estrategias aplicaría para mejorar la comunicación interna y el desarrollo institucional del GAD Chone?

## **ANEXO #5**

### **LA PROPUESTA**

#### **1. TEMA**

Capacitación sobre comunicación interna al personal del GAD Municipal de Chone.

#### **2. INTRODUCCIÓN**

En toda institución es importante el "clima organizacional", éste se refiere al ambiente existente entre los miembros de una organización, y está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica aquellos aspectos de la organización que desencadenan diversos tipos de motivación entre sus miembros.

El clima organizacional es favorable cuando proporciona la satisfacción de las necesidades personales y la elevación moral de los miembros, y desfavorable cuando la motivación es escasa ya sea por frustración o por impedimento para la satisfacción de las necesidades, entonces sobreviene la apatía, el desinterés, el descontento hasta llegar a grados de agresividad, inconformidad, etc.

Existe una estrecha relación entre motivación, percepción y comunicación. La comunicación entre las personas está determinada por la percepción que tengan de sí mismas y de las demás, en determinada situación y por la percepción del momento, expresada desde el punto de vista de la motivación. La idea comunicada se relaciona íntimamente con las percepciones y motivaciones del emisor y del receptor.

La comunicación interpersonal constituye un área importante ya que en ella se estudian las interacciones humanas o la influencia en el comportamiento de las personas, es un área en la cual el individuo puede hacer mucho para mejorar su rendimiento y eficacia, por ello es indispensable incluir en la estrategia de comunicaciones un esfuerzo muy especial.

### **3. JUSTIFICACION**

En la actualidad las empresas necesitan capacitar a su personal para crear un ambiente de trabajo sano, sin embargo suelen olvidarlo, y es precisamente en ese momento cuando surgen problemas con la comunicación y desempeño de los empleados, dando como resultado la baja productividad. Por tal motivo las organizaciones deben realizar actividades para que los empleados logren superarse dentro de la empresa.

A través de la capacitación y el desarrollo, las organizaciones hacen frente a sus necesidades presentes y futuras utilizando mejor su potencial humano, el cual, a su vez, recibe la motivación para lograr una colaboración más eficiente, que naturalmente busca traducirse en incrementos de la productividad. En el marco de este trabajo, entenderemos por capacitación "...las actividades culturales y educativas enfocadas a lograr la superación intelectual y el desarrollo de habilidades de sus recursos humanos, por parte de las organizaciones empresariales" (Silicio, 1995).

Compartimos la idea del señor Silicio ya que menciona la importancia de tener en cuenta la cultura para poder lograr un gran beneficio dentro de las organizaciones y de esta manera desarrollar el esfuerzo y colaboración que tienen los empleados para trabajar en equipo recibiendo una gran motivación y superarse dentro de la empresa por lo cual se podrá incrementar la productividad de la misma a través de un buen liderazgo y comunicación entre colaboradores.

En la antigua sociedad no existía ni se concebía un proceso formal de enseñanza para el trabajo, ya que el conocimiento se transmitía de manera directa: los más experimentados enseñaban todo lo necesario para desempeñar un oficio a quienes, a través de un tiempo de aprendizaje, podían hacerse responsables del trabajo.

"En el contexto de la organización social, económica y religiosa de los aztecas encontramos que existía una educación para el trabajo en el tepochcalli y el calmecac, comúnmente conocidos como centros de entrenamiento de los jóvenes

de la ciudad en las artes militares, la religión y la disciplina, y que también desempeñaron el papel de adiestrar a los jóvenes en el trabajo” (Frost, 1974)

#### **4. OBJETIVOS**

##### **a. Objetivo General**

Crear y desarrollar un sistema de comunicación que permita conocer y apropiarse la misión, valores y mística institucional, orientada a fomentar una visión integral del trabajo

##### **b. Objetivos específicos**

- Mejorar la comunicación interna en la institución para contribuir al desarrollo institucional.
- Motivar al personal a conocer más sobre la institución y comprometerse en los procesos de comunicación efectivos para lograr una identidad corporativa que mejore el desarrollo del GAD.
- Generar un desarrollo institucional a través de los buenos canales de comunicación para que se efectúe adecuadamente.

## **5. CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

### **TEMA 1**

Comunicación interna y cultura organizacional, hacia un nuevo paradigma.

Saliendo del laberinto: cultura organizacional y comunicación interna.

Culturas organizacionales.

Comunicación interna y cambio cultural.

Comunicación interna, organización y confianza.

### **TEMA 2**

La comunicación interna para culturas gubernamentales y empresariales, qué funciona: Políticas de comunicación. Planificación. Mensajes clave. Buen gobierno. Trabajo en equipo. Innovación y creatividad. Actitud ante el trabajo. Feedback. La marca. Comunicación de crisis. Intranet. Accesibilidad. Agencias de noticias.

### **TEMA 3**

Internet. Publicaciones externas. Boletines de noticias. Fotografía e infografía. Resúmenes de prensa. Agenda de la comunicación. Gacetillas de prensa. Fotografía. Correos electrónicos. Alertas vía SMS. Blog del máximo responsable político institucional. Presentaciones orales. Protocolo y eventos. Redes sociales. Revista interna. Cartelera. Folletería. Organización del material. Espacios transicionales. Campañas internas. Publicidad interna. Planes de beneficios. Construcción colaborativa del conocimiento. Reuniones. Uso del tiempo.

### **TEMA 4**

Medición. Red de facilitadores. Capacitación. Manual de comunicación. Esparcimiento. Nuevos colaboradores del gobierno, organismo gubernamental o empresa. Selección de nuevos colaboradores para el área de comunicación interna.

Mapa de públicos. Contenidos. Auditoría de comunicación interna. Organización del área del equipo de trabajo. Coordinación del área. Acerca de la ética de la comunicación interna gubernamental y empresarial.

## 6. RESULTADOS ESPERADOS

- Crear canales de comunicación que permitan la implementación eficaz de los planes estratégicos de trabajo de la institución.
- Implementar procesos de integración que permitan:
  - a. Conocer y apropiarse la misión, valores y mística institucional.
  - b. Compartir los problemas y logros de la organización en un ambiente democrático y fraterno.
- Crear un mecanismo de difusión que permita mantener informado al personal sobre su situación laboral, de manera que se tome en cuenta en la solución de los problemas financieros los principios de justicia social.

## 7. CRONOGRAMA

TEMAS	DÍA	DURACIÓN	RESPONSABLE
TEMA 1	1	4 horas	Departamento de comunicación
TEMA 2	2	4 horas	Departamento de comunicación
<b>TEMA 3</b>	3	4 horas	Departamento de comunicación
<b>TEMA 4</b>	4	4 horas	Departamento de comunicación

**ANEXO #6**



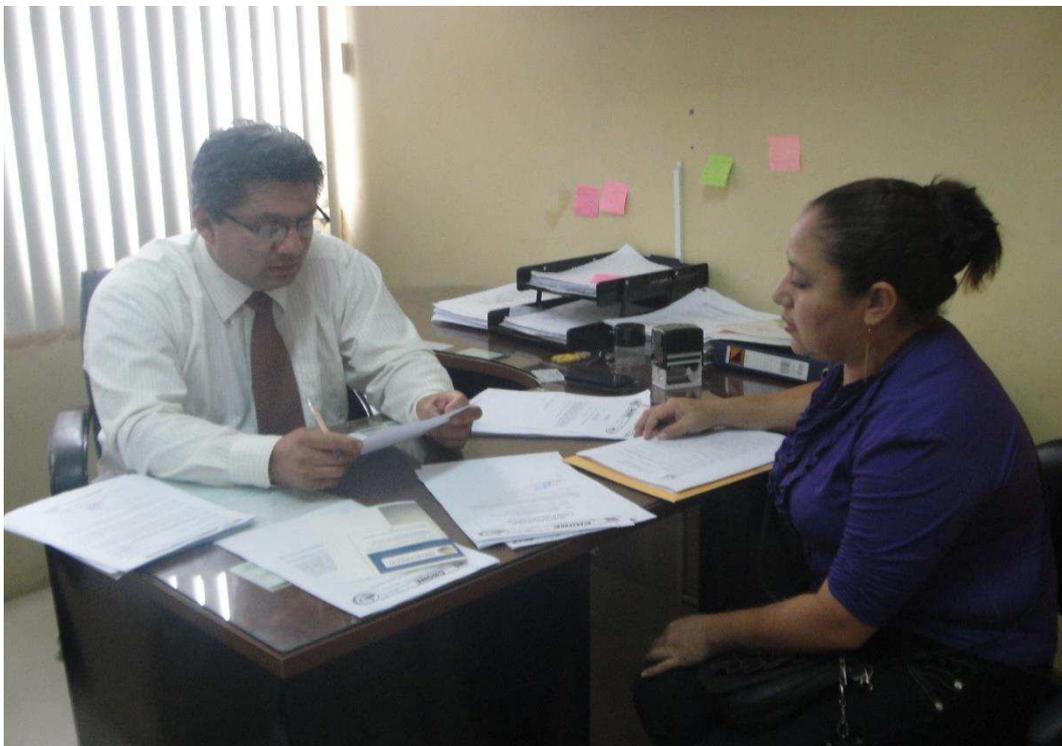
APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



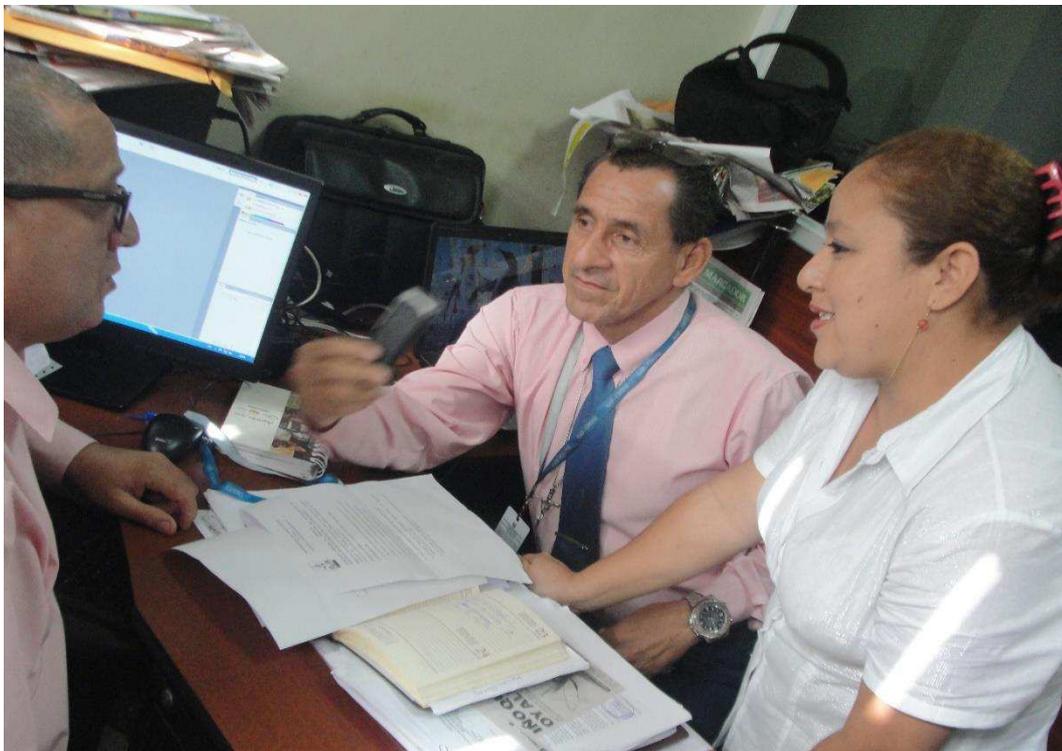
APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



APLICANDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS