

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA

**ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES INTERNAS PARA
MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SALINAS 2014.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORES:

JOSÉ LUIS CHANDI CHANDI

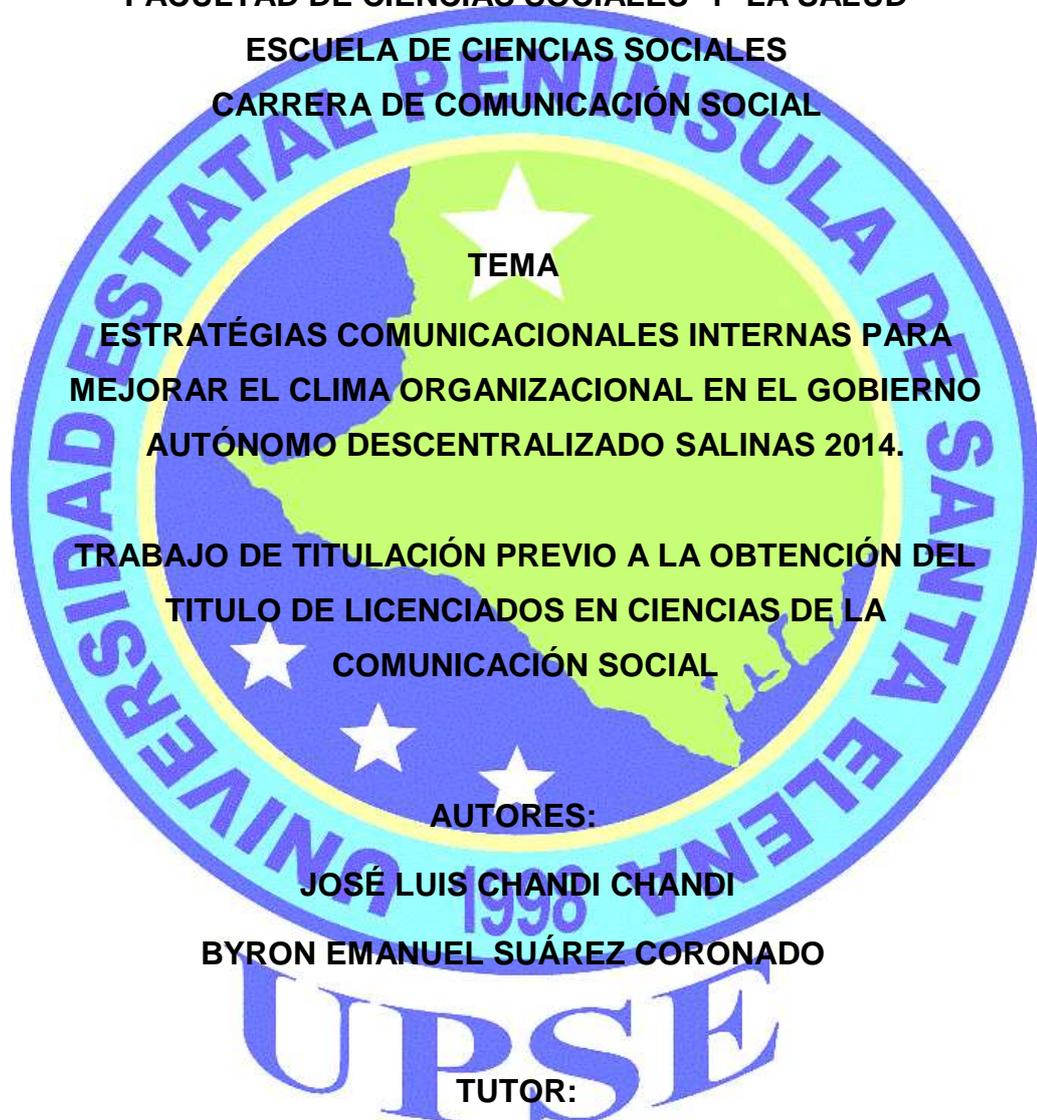
BYRON EMANUEL SUÁREZ CORONADO

TUTOR:

Lic. AMÉRICA MEZA BAJAÑA MSc.

**LA LIBERTAD – ECUADOR
Marzo 2014**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



TEMA

**ESTRATÉGIAS COMUNICACIONALES INTERNAS PARA
MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO SALINAS 2014.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORES:

JOSÉ LUIS CHANDI CHANDI

BYRON EMANUEL SUÁREZ CORONADO

TUTOR:

LIC. AMÉRICA MEZA BAJAÑA MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

Marzo 2014

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a quienes por alguna razón nunca encontramos el norte a algo, y que las circunstancias nos ponen en caminos que muchas veces no sabríamos descifrarlos, ni la mayor ayuda ni el mejor sabio lo podrían hacer, si no existiera de algún modo esa guía y sobre todo esa voluntad de querer hacer algo.

Para los que jamás esperamos algo, para los que siempre damos todo, y que a simple vista parece nada, recibimos lo mejor del día a día; para ti, para ellas, para ellos, para quienes siempre esperaron algo de mí.

GRACIAS

JOSÉ LUIS CHANDI

DEDICATORIA

Este importante logro en mi vida profesional se lo dedico a mis padres, Franklin Manuel Suárez Rodríguez, Nelly Rosa Coronado Yagual, a mis hermanos Jair, José, a mi esposa Roxana y a mi amada hija Angeline Suárez; padres y hermanos ustedes han sido mi principal apoyo en mi carrera, me han visto crecer y sobretodo me han dado incondicionalmente todo el apoyo y enseñado que la humildad y la sencillez son muy importantes. A ti Roxana mi querida esposa, Angeline mi amada hija que han sido mi gran fortaleza y a tus queridos padres Stalin y Martha por ser tan comprensivos.

No puedo dejar de dedicarle este logro a mis compañeros y amigos Wilter Lino Suárez y José Luis Chandi, fieles testigos de este trabajo.

Aprovecho mi DIOS todo poderoso para darte mil gracias, mi señor creador de todas las cosas porque, tú sabes mis más íntimos pensamientos y sobretodo sabes cuán importante es esto para mí.

BYRON EMANUEL SUÁREZ CORONADO

AGRADECIMIENTO

El mayor de los agradecimientos a quienes encontré en este camino, pero sin duda la familia es primero, ya que todos te fallarán algún día, pero jamás la familia, a mi mami **Guadalupe** Chandi, por esa confianza irrestricta en mí, ese apoyo en todos los sentidos existentes, por esa incansable labor que realizas todos los días, por el ayer en que jamás nos dejaste solos, siempre con nosotros cuidándonos, alimentándonos y sobre todo protegiéndonos, TE AMO MAMÁ, PARA TI TODO.

Agradezco a mi hermano **Galo**, quien fue el que puso en mí el camino y no sé hasta las herramientas para ejecutar no solo el presente trabajo sino lo que hago, siento, pienso y todo lo que rodea en mi vida; más que un hermano un mentor a pesar de las fallas e incompatibilidad que tenemos puedo decir que eres el mejor hermano y amigo que tengo, te quiero y respeto aunque no lo parezca y aunque no te lo diga, incondicional siempre.

Para mi hermana **Martha**, mi doble mi melliza mi sangre, la mejor parte de mi eres tú, te agradezco siempre por que jamás me abandonaste en los momentos en que parecía que la vida acababa, te requiero, sin duda tu eres la parte blanca y hermosa de nuestra existencia, gracias por venir junto a mí a la vida y te aseguro que así como venimos juntos nos iremos juntos, te quiero ñañita.

Para mi papá **Humberto**, o como siempre lo llamaba vetico, a pesar de que ya no estés con nosotros, para el que algún día esperaba que hiciera algo de mi vida, y que aun espero seguir llenando esas expectativas hasta que la vida me permita hacerlo, en especial ser como tú entregado incondicional a la libertad pero sobre todo a la pelea por la igualdad de todos los menos comprendidos; para ti mi viejo. Agradezco a mis mentores en general, a mis compañeras y compañeros, amigas y amigos a los que fueron y a los que son, mil gracias por todo y por la molestia.

JOSÉ LUIS CHANDI

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi padre DIOS, creador de todas las cosas, por permitirme llegar hasta aquí a pesar de las dificultades que pase entre el trabajo y la universidad. Quiero aprovechar este espacio para agradecer también a mis padres franklin Suárez y Nelly Coronado a mis hermanos Jair y José a mi esposa Roxana e hija Angeline

Son muchas a las personas a las que debo agradecer sus palabras de aliento, a mi abuelita Bresilda Rodríguez y a mi tía Esbelida Rodríguez.

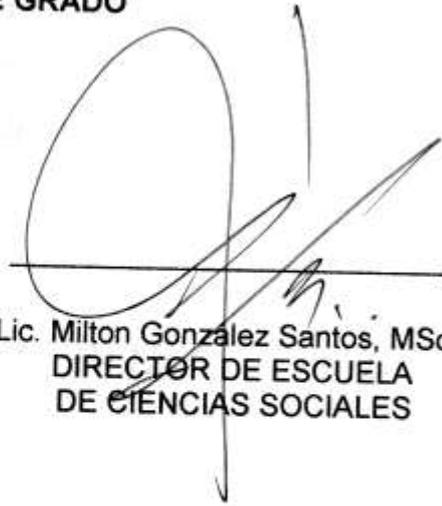
Solo me queda pedir a Dios que derrame miles de bendiciones para ustedes mi familia, mis verdaderos amigos.

BYRON EMANUEL SUÁREZ CORONAD

TRIBUNAL DE GRADO



Lic. Guillermo Santa María, MSc.
DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS SOCIALES Y
DE LA SALUD



Lic. Milton González Santos, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
DE CIENCIAS SOCIALES



Lic. Antonio Vergara MSc.
PROFESOR DEL ÁREA



Lic. América Meza Bajaña MSc
PROFESOR TUTOR



Ab. Joe Espinoza Ayala. MSc
SECRETARIO GENERAL

ÍNDICE GENERAL

Título.....	I
Dedicatoria1.....	II
Dedicatoria2.....	III
Agradecimiento1.....	IV
Agradecimiento2.....	V
Tribunal de grado.....	VI
Certificado aprobación tutor.....	VII
Certificado URKUND	VIII
Certificado final URKUND.....	IX
Certificado del Gramatólogo.....	X
Índice general.....	XI
Índice de cuadros.....	XIV
Índice de gráficos.....	XV
Resumen.....	XVI

PÁGINAS PRELIMINARES

Introducción.....	1
El Problema Antecedentes.....	4
Contextualización del problema.....	9
Tendencias que fortalecen el futuro de la CI.....	12
Matriz de causas y efectos.....	13
Planteamiento del problema.....	13
Formulación del problema.....	14
Delimitación espacial.....	14
Delimitación temporal.....	14
Justificación.....	15
Objetivo general.....	18
Objetivos específicos.....	18
Hipótesis.....	18

Operacionalización Variable independiente.....	19
Operacionalización Variable dependiente.....	20

MARCO TEÓRICO

CAPITULO I

Marco referencial o contextual.....	21
Cuadro cultural del 1.0 al 2.0.....	27
Marco científico.....	28
Marco conceptual.....	35
Marco legal.....	43

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Modalidad de la Investigación.....	45
Diseño de la Investigación.....	45
Tipo de investigación.....	46

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población.....	46
Muestra.....	45
Muestra Estratificada.....	48
Cuadro de Muestra Estratificada	49
Técnicas e instrumentos de la investigación.....	49
Procedimiento de la investigación.....	51

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Procesamiento y análisis.....	52
Entrevista.....	52
Encuestas dirigida al personal administrativo.....	54
Encuesta dirigida a los usuarios del cantón Salinas.....	68

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones del personal administrativo.....	67
Recomendaciones del personal administrativo.....	67
Conclusiones del usuario del cantón Salinas.....	76
Recomendaciones del usuario del cantón Salinas.....	77

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

Tema.....	78
Justificación.....	78
Diagnóstico.....	80

Fundamentación Teórica de la Propuesta

Sociológica.....	81
Educativa.....	82
Legal.....	83

Objetivos de la Propuesta

Objetivo general.....	84
Objetivos específicos.....	84

Factibilidad de la Propuesta

Financiera.....	85
Legal.....	86

Técnica.....	88
De recursos humanos.....	89
Descripción de la Propuesta	
Características.....	90
Recomendaciones generales para optimizar la propuesta.....	92
Descripción del boletín informativo.....	93
Bibliografía.....	95
Anexos.....	100
Matriz de involucrados.....	100
Validación de la propuesta.....	115

ÍNDICE DE CUADROS

RESULTADO DE ENCUESTA DIREIGIDA AL PERSONALADMINISTRATIVO

Cuadro nº1.....	54
Cuadro nº2.....	55
Cuadro nº3.....	56
Cuadro nº4.....	57
Cuadro nº5.....	58
Cuadro nº6.....	59
Cuadro nº7.....	60
Cuadro nº8.....	61
Cuadro nº9.....	62
Cuadro nº10.....	63
Cuadro nº11.....	64
Cuadro nº12.....	65
Cuadro nº13.....	66

RESULTADO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL GAD DE SALINAS

Cuadro nº14.....	68
Cuadro nº15.....	69
Cuadro nº16.....	70

Cuadro nº17.....	71
Cuadro nº18.....	72
Cuadro nº19.....	73
Cuadro nº20.....	74
Cuadro nº21.....	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

RESULTADO DE ENCUESTA DIREIGIDA AL PERSONALADMINISTRATIVO

Gráfico nº 1.1.....	54
Gráfico nº 2.1.....	55
Gráfico nº 3.1.....	56
Gráfico nº 4.1.....	57
Gráfico nº 5.1.....	58
Gráfico nº 6.1.....	59
Gráfico nº 7.1.....	60
Gráfico nº 8.1.....	61
Gráfico nº 9.1.....	62
Gráfico nº 10.1.....	63
Gráfico nº 11.1.....	64
Gráfico nº 12.1.....	65
Gráfico nº 13.1.....	66

RESULTADO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL GAD DE SALINAS

Gráfico nº 14.1.....	66
Gráfico nº 15.1.....	69
Gráfico nº 16.1.....	70
Gráfico nº 17.1.....	71
Gráfico nº 18.1.....	72
Gráfico nº 19.1.....	73
Gráfico nº 20.1.....	74
Gráfico nº 21.1.....	75

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES INTERNAS PARA
MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SALINAS 2014**

Autores: José Luis Chandi Chandi
Byron Emanuel Suarez Coronado
Tutora: Lic. América Meza Bajaña MSc.

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito; brindar una ayuda a la actual administración del GAD de Salinas para fortalecer el área comunicacional en todo sus ámbitos, ya sea este la interrelación de información de los públicos internos y la relación de percepción y empatía con los usuarios del cantón Salinas. Para ello se socializó y se llegó a las propuestas concretas, de acuerdo a las investigaciones realizadas a través de los métodos de investigación como son inductivo, además apoyados en las encuestas y entrevistas realizadas a los distintos públicos, como la ciudadanía y los funcionarios del GAD de Salinas. La investigación está centrada en los puntos importantes de cualquier institución social como son la comunicación y su organización, tomando en cuenta los resultados de las encuestas y entrevistas hechas se llega a la conclusión que se debe dar mayor énfasis en las técnicas y estrategias comunicacionales, como son la utilización óptima de las herramientas de comunicación y sus tecnologías como las INTRANET Y EXTRANET A esto se puede añadir la capacitación en ciertos puntos básicos pero importantes en una organización como es las relaciones publicas y relaciones humanas, a esto se complementaría la idea del cambio cultural del uso de la comunicación interna 2.0, con este trabajo queremos dar a conocer la importancia de la capacitación constante, y que cada día se aprende algo más, con mucha más razón si el motivo es la razón social, es decir la atención a los ciudadanos, para ello se debe tener en cuenta una serie de factores importantes como el uso de las tecnologías de comunicación eficientemente, dándole el mayor uso posible para optimizar tiempo y recursos que en estos días es lo más importante para ser eficiente en las organizaciones sociales como el GAD de Salinas.

Palabras claves: comunicación, organización intranet, extranet investigación, tecnologías.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo titulado “ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES INTERNAS PARA MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO SALINAS 2014”, tiene como objetivo determinar las estrategias comunicacionales, que ayudarán a mejorar el clima organizacional.

Para identificar los problemas existentes, se realizó la observación in situ, mediante el cual se abordó a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas (GAD), a través de encuestas y entrevistas, así como también a ciudadanos del cantón.

La información sirvió para identificar las fallas en la comunicación interna lo que ocasiona problemas en la gestión gubernamental.

En el **Capítulo I**, se presenta la historia o antecedentes, de cómo tomó fuerza la comunicación interna y con ella el clima organizacional, empezando como nace el tema comunicacional y va tomando forma a modo de estrategias, para convertirse en la columna vertebral de una organización.

Además de cómo grandes estudiosos como Jean Piaget, Alan Baddeley, George A. Miller, entre otros dieron forma a lo que hoy es una compleja forma de adaptar la comunicación y asociación de conceptos psicológicos y estudios de comportamiento humano, para dar como resultado estrategias comunicacionales, estructuradas acorde a las necesidades de cada organización.

Marco Contextual, en esta parte se amplía sobre las variables y su incidencia en el trabajo a realizar, Wilson Gonzales Paredes, en su libro Como Desarrollar una Tesis indica que variable independiente (V.I) es todo aquel aspecto, hecho, situación, rasgo etc., que se considera como la CAUSA DE en una relación entre variables.

De igual manera, Wilson Gonzales Paredes indica que variable dependiente (V.D) es el resultado o efecto producido por la acción de la variable independiente.

Igualmente se desarrolla la fundamentación científica, la que ofrece cada una de las investigaciones realizadas sobre las variables, y la sustentación más cercana de las posibles soluciones apoyadas por autores y entendidos en comunicación, para tal efecto la presente investigación, nos ayudará a fundamentar y solidificar con bases y propiedad las posibles ideas de medida.

Se puede observar el marco legal y situacional en todo su contexto, para afirmar con seguridad el lugar y la base lógica de lo que se plantee como soluciones, en el contexto legal podemos traer de referencia el art. 234 de la sección Tercera de la Constitución, donde indica que el estado garantizará y fomentará la capacitación de los servidores públicos.

En el **capítulo II**, se desarrolla los procesos metodológicos, como los que se los utiliza en el presente trabajo de investigación: deductivo e inductivo, a eso se puede sumar la técnica para recopilar datos como las encuestas y entrevistas, para poder obtener las propuestas a la problemática planteada.

En el **capítulo III**, se interpreta los resultados obtenidos de forma porcentual, de las encuestas y entrevistas para luego analizarlos y sacar las conclusiones necesarias para enfocarnos en la propuesta que es la de concienciar la importancia de tener presente los valores institucionales y una óptima capacitación sobre comunicación interna.

Entre ellas las preguntas que destacan son:

¿Se difunde en esta administración la importancia de la comunicación interna en la organización?, el 61% indica que muy pocas, mientras que

un 17% dice que si ha existido difusión, y 22% considera que no hay para nada difusión sobre comunicación.

Otra pregunta muy importante es, si Los ciudadanos del cantón Salinas conocen sobre los proyectos y programas del GAD, mediante encuestas reflejan que el 27% si conocen de los programas o proyectos que desarrolla, por el contrario el 73% indica desconocimiento de los programas y proyectos que se desarrolla, demostrando la falta de comunicación a los ciudadanos.

En el **capítulo IV**, se concreta la propuesta donde las capacitaciones sobre comunicación interna y clima laboral, son necesarias para continuar con el proceso muy bueno con el que arranco la actual administración, además de impulsar un programa radial municipal donde se pueda divulgar e institucionalizar a la ciudadanía sobre el accionar del Municipio de Salinas, brindando así una comunicación y apertura total a la comunidad.

Para ello existe una serie de estrategias comunicacionales, las cuales fortalecerían aún más la actual labor municipal, como es la de capacitar al personal sobre la importancia que tiene la comunicación interna en las instituciones sociales y la formación en el área de relaciones públicas y relaciones humanas.

Asimismo se debería establecer una serie de informativos internos como la elaboración de escritos, como revistas y el uso adecuado de las redes sociales para mayor información de los colaboradores públicos, como también la adecuada posición de murales informativos, para mayor visualización tanto del usuario como los mismos trabajadores públicos.

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES INTERNAS PARA MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SALINAS, 2014.

Antecedentes.-

Los Servicios de Investigación y Análisis Política Interior de México, prueban que en distintos ámbitos de la historia, indican sobre los manejos comunicacionales que realizan los servidores públicos, y que se encuentra un sinnúmero de datos indicando que en tiempos de la colonización se manejaba estrategias precisas para poder mantener regulado la Responsabilidades de los Servidores Públicos en distintos países.

Dentro de esta línea, Martínez Bargueño (1985:17-18), expresa que la comunicación institucional es la que “trata de identificar y desarrollar al máximo las relaciones con la ciudadanía con vistas al reforzamiento del conocimiento que éstos poseen de la administración y procurar el consenso en torno a su gestión.

Las estrategias, para que la imagen pública tenga un nuevo y renovado perfil, apunta a que se encuentre en constantes cambios, todos los que conforman la imagen corporativa son precisamente los Servidores Públicos que tienen la misión de ser el puente informativo entre administración pública y ciudadano.

La historia indica que a medida que cambia los modelos de gestión también son influidos los que reciben los “beneficios” de dicho encargo. No obstante, los antecedentes en algunas ciudades, acerca de las acciones de los servidores públicos son más alentadores, reflejan un modelo de gestión más riguroso, y esto implica más trabajo y compromiso.

Regresando un poco a la historia de cómo empezó la comunicación interna (CI), quedó claro que siempre estuvo presente en el fenómeno

de la realidad corporativa, está residida en la esencia de cualquier organización.

Paul Watzlawick, en su libro “Axiomas de la Comunicación Humana”, desarrolla una idea lógica en el ambiente laboral corporativo donde indica que una empresa es imposible que no comunique, debido a que la interacción entre sus miembros es vital para el desarrollo de los objetivos, funcionamiento y su éxito.

A pesar de esto, el impulso de la CI, se inicia en la década de los setenta donde las empresas estadounidenses y de algunos países europeos a través de un estudio, dan a conocer que las formas y técnicas de desarrollo empresarial para una buena organización se la podían medir a través de parámetros.

Dichas medidas tuvieron el aval de teóricos como Shannon, Weber, Herzberg, Maslow, Kurt Lewin entre otros, dichos estudiosos y académicos de las ciencias sociales y empresariales verificaron que tenían su principio en teorías del origen de la comunicación (comunicación corporativa), en teorías del comportamiento humano, psicología laboral, psicología y relaciones humanas.

Esto catapultó en las empresas una serie de cambios estructurales permitiendo que se vea resultados inesperados debido a la nueva estructuración de la comunicación que lanzó por la borda a un sinnúmero de estereotipos de mando.

La idea era cambiar y se logró, esos cambios de mando donde la comunicación no fluía y era unidireccional, es decir solo era una comunicación, descendente o vertical; los cambios se notaron, empezó a verse una verticalidad de la información y esta si era unidireccional.

Con el pasar del tiempo, se fue desarrollando y tecnificando mucho más, y la comunicación fue verticalizando de manera que a inicios de

los noventa la CI, se dividió en tres aspectos los cuales dieron paso a la siguiente etapa de la información.

En uno de los abstractos de José Miguel Arriagada, director de Insidecom compañía Argentina encargada de desarrollar y crear estrategias comunicacionales para América Latina, muestra en una de sus publicaciones, que la comunicación a inicios de los noventa, se focalizó en tres tipos; laboral, operativo y organizacional.

Laboral.-

Estas son las condiciones de trabajo y los salarios que deberían percibir.

Operativo.-

Lo que se debe hacer y cómo hacerlo en las circunstancias en las que se presente.

Organizacional.-

Estas son las que se dedican a la política, estructura interna, normativas e historia para poder dar a conocer el antecedente de la empresa y su funcionamiento.

Los objetivos de estas fases eran poder desarrollar una comunicación más fácil, e intercalada para los administrativos y gerenciales, manejando herramientas tradicionales mayormente escritas como periódicos internos, murales, revistas, boletines, también el uso de teléfonos y audiovisuales, al igual que las reuniones externas, eventos masivos, aniversarios entre otras.

A mediados de los años 90, la CI, empezó a tomar otro rumbo en los EEUU y países europeos debido a las tendencias comunicacionales y de la información que empezaron a destacar en el ámbito empresarial y

social; donde se vio una dependencia de gerencias y recursos humanos.

Esto generó ya un gran proceso debido a que se buscaba la efectivización del feedback, con esto no se hablaba de información hacia los empleados (colaboradores), sino más bien de comunicación activa, generando percepciones, expectativas y exigencias en los públicos internos.

Pasando ya a ser un recurso indispensable en las organizaciones sobre el manejo de la CI, con este cambio se vio la importancia de promover la capacitación en el área, con ello la iniciativa de tener sentido de responsabilidad y compromiso en las organizaciones sociales

Además, el motivar y dinamizar al personal, incluyendo la identidad cultural y corporativa como parte de la estrategia de cambio que se realizó en las distintas empresas que adquirieron como compromiso e importante a la CI.

Así de la mano se fueron desarrollando las herramientas tecnológicas como los mails, intranets y mensajes electrónicos, nuevos estilos de reuniones estratégicas como intra áreas y extra áreas.

Para finales de los noventa, EEUU, y algunos países de Europa y América Latina, cambiaron, las estructuras básicas de la CI, así como, el apoyo de las nuevas tecnologías consolidándose como disciplinas empresariales donde dejó de lado los funcionamientos básicos de los primeros años.

Y hoy, es una variable estratégica en las organizaciones, donde la CI, desarrolla y difunde la identidad corporativa, cultural y gestiona comunicativamente a los colaboradores, alineándose a los objetivos a fin a la empresa, desde esta perspectiva, la CI debería avanzar en consolidar su utilidad transversal hacia toda la organización, sin olvidar

siempre dos aliados infaltables en la gestión, la dirección o gerencia y el área de recursos humanos. (Arriagada, 2013)

Esto como forma de recordar los inicios de la comunicación donde se vieron cambios importantes por la investigación de estudiosos en el área no solo social abarcando áreas como la psicología organizacional, relaciones humanas, entre otras claves para el éxito organizacional.

De igual forma para poder entender los parámetros que se debe establecer a través de las variables del tema propuesto, es indispensable conocer sobre los inicios del clima organizacional.

Tomando como referencia lo que indica Rubén Edel Navarro y Arturo García Santillán en una publicación web de la página eumed.net (<http://www.eumed.net>) recoge datos de quienes serían los pioneros en manejar estos términos y aplicarlos.

Kurt Lewin, considerado el padre de la psicología social moderna, fue quien inició con las teorías y estudios sobre la “Dinámica de las Personas”, entre otros aspectos sociales especialmente de desarrollo y el comportamiento; Todo esto dicho en función del ambiente y la conducta del individuo, esto por los años cuarenta y cincuenta.

Luego aparecerían más teóricos que definen mejor al clima organizacional, lo que sí es claro es que esto primeros pasos fueron dados en la era de la corriente cognitiva de la psicología, tales como Jean Piaget, Alan Baddeley, George A. Miller, Jerome Brunner, entre otros

Rensis Likert, 1986 menciona que la reacción de cualquier situación, está siempre en función de la percepción que tiene ésta, es decir, que toma en cuenta la forma en que se mira las cosas y no la realidad objetiva.

De aquí en adelante, existen cualquier cantidad de diagnósticos, teorías sobre el tema que ya se ha ido desarrollando a través de los años como un punto de atención importante en las organizaciones sociales a tomar en cuenta.

Con estos antecedentes, se puede ya entender como inició al camino de la comunicación interna y del clima organizacional, que fueron tomando forma desde los primeros años del S. XX, y desarrollándose conforme pasó el tiempo y la evolución de las tecnologías, además del correcto trato al personal.

Luego las organizaciones se irían ampliando y perfeccionando, permitiendo un estudio exhaustivo por los expertos en el área personal o de relaciones humanas y organizaciones sociales; desvelando así un complejo uso de actitudes y aptitudes en interacciones sociales y sus alcances

Contextualización del problema.-

Tomando en cuenta algunas de las variantes que se plantea en el tema de tesis, se puede citar algunas causas y fallas que tienen los sectores públicos, en cuanto se refiere a la comunicación o transmisión de datos informativos pertinentes a la hora de necesitar la correcta acción de flujo comunicacional entre los servidores públicos.

Se identificó en algunas dependencias públicas, la falta de estrategias que refuercen el clima organizacional a través de la observación in situ y las encuestas a los ciudadanos, por esto se deduce que hace falta instaurar técnicas claras y precisas en cuanto a comunicación interna y procesos de organización.

Donde las leyes sean claras y precisas a la organización y trabajos puntuales de cada uno de los funcionarios públicos, para determinar fallas y errores; de este modo poder dar solución y mejorar dichos

errores, ya que este tipo de regulación permite escalar y mejorar constantemente para la correcta función de los Servidores Públicos.

Proyectando una comunicación competitiva, clara, eficaz y real, así es como se construye una imagen corporativa pública fuerte, con el simple uso de las estrategias comunicacionales sean internas o externas que reflejen la calidad de servicio hacia todos los niveles más estandarizados de calidad en cuanto a flujo de información se refiere.

El tema “ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES INTERNAS PARA MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SALINAS, 2014” responde a la necesidad de fortalecer la comunicación interna de la Alcaldía del cantón Salinas, cuya CI, se basan en estrategias poco efectivas, las encuestas y entrevistas realizadas demuestran un porcentaje poco favorable en temas de comunicación interna y organización.

La comunicación interna ya dejó de ser una simple función administrativa y pasó a ser una de las herramientas fundamentales en una organización ya sea esta pública o privada, es la que calibra las estrategias y técnicas de funcionamiento vital en la comunicación organizacional.

La Revista Digital Marketing XXI, (<http://www.marketing-xxi.com>) indica que la “comunicación interna (C.I), es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir al trabajador. Nace como respuesta de las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano”

Otro concepto que es muy utilizado tanto en nivel teórico como práctico en ciertas organizaciones es “Contar a la organización lo que la organización está haciendo” concepto que no intenta dar palpitación a todos si no a lo que la comunicación interna le parecía. (<http://www.bidireccional.net>).

Cabe desatascar, que en la actualidad ya se prevé otro tipo de concepto más acorde a las nuevas tecnologías y tendencias de comunicación, como es” Contar con la organización para lo que la organización necesite” demostrando que es importante la participación del personal, instando a colaborar, sugerir, comentar, involucrarse, de esta manera el intercambio de información se hace bidireccional. (<http://www.bidireccional.net>)

Cabe resaltar que la comunicación interna (C.I) debe ser interiorizada, de nada serviría tener la mejor estrategia comunicacional, lo más actualizado en usos comunicacionales o equipos tecnológicos de comunicación, si no se interioriza lo importante de conocer la C.I.

Para esto es necesario el sentido de pertenencia hacia la empresa, que todos los colaboradores sepan de los objetivos, compromisos, lineamientos y cuáles serán las metas a alcanzar.

Una vez alcanzado el compromiso social de la organización, es importante el uso correcto y óptimo de las redes sociales para beneficiar los resultados y objetivos propuestos.

Gamal Durán Castellanos, director ejecutivo de comunicación externa del Grupo Financiero Santander, indica que es importante el conocimiento y experiencia en gestión para desarrollar parámetros claros para el control del personal.

De igual forma da a conocer tres tendencias para optimizar la comunicación interna en los próximos años, los cuales en algunos países ya se está implementando para optimizar las tendencias comunicacionales.

Tendencias que fortalecerán el futuro de la Comunicación Interna (C.I)

Inclusiones de móviles.-

Los colaboradores o empleados al llegar a su trabajo ya llevan su celular, entonces ahora el siguiente paso es aprovechar este medio para fortalecer su identidad con la empresa para la que trabajan.

Uso de Videos.-

Duran Castellanos asegura que los videos aseguran una comunicación más visual que escrita “más narrada que expresada en papel y comas” Santander tiene más de 300 videos en su intranet.

Community Manager.-

Es aquella persona encargada de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes.

(<http://www.maestrosdelweb.com/que-es-un-community-manager/>)

No hay duda que la comunicación interna es hoy por hoy la herramienta que da éxito a las empresas y organizaciones, al utilizar eficientemente las estrategias comunicacionales como parte de un nuevo sistema de organización, donde el compromiso es parte fundamental para este cambio cultural.

Matriz de causas y efectos del problema

CAUSAS	EFEECTO
Los servidores públicos no conocen los direccionamientos estratégicos institucionales, como misión y visión.	Poco sentido de pertenencia a la institución en la que laboran, reflejando desinterés al usuario.
Deficiencia en el uso de las herramientas tecnológicas, para la comunicación interna y su mejora institucional.	Poca coordinación entre colaboradores y directivos ocasionando lentitud en el servicio de información pública.
Escasa publicidad sobre las actividades realizadas hacia el ciudadano.	Desinterés del ciudadano por las actividades realizadas por el GAD-S
Deficiente manejo de las relaciones humanas	Usuarios insatisfechos

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez

Planteamiento del problema.-

En el desarrollo de la investigación del presente trabajo, se observó que no existe en el GAD de Salinas, una coordinación adecuada entre los servidores públicos. Este problema se visualizó, por ejemplo en la dependencias del departamento de pagos, donde se pudo palpar el descontento los usuarios quienes hacían largas filas esperando el servicio correspondiente.

La comunicación entre los funcionarios es, los resultados que arrojo las encuestas hechas en el municipio a los servidores públicos, y a los usuarios como mandantes del estado en este caso de la ciudad.

Dentro de los problemas encontrados es la falta de información hacia los ciudadanos sobre el accionar y planificación de obras y actividades a la ciudadanía y por supuesto al cantón Salinas.

Por otro lado, existen deficiencias por parte de las autoridades, al no incentivar a la capacitación y conocimiento importante sobre comunicación interna, no sabiendo que esto refleja el resultado del clima organizacional en general.

Con dichos resultados se puede ya obtener una clara idea de lo que se puede dar como solución, en este caso la propuesta donde se da como alternativa para colaborar con el accionar comunicacional, que hasta el momento es calificado entre bueno y regular en la actual administración.

Formulación del problema.-

¿CÓMO LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES INTERNAS MEJORAN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SALINAS, 2014?

Delimitación del problema

Espacial: Provincia de Santa Elena cantón Salinas

Temporal: Periodo 2013 – 2014

Justificación del tema.-

La importancia de la comunicación interna, y el clima organizacional, es que esta se encuentra como la variable más importante en el mejoramiento del clima organizacional, proceso evidentemente necesario, se trata sobre el actuar de las personas, y sus decisiones.

Según la Ley Orgánica del Servicio Público (LOSEP) Cap. I de los deberes, derechos y prohibiciones. Art 23, de conforme al art. 50 de la LOSEP, el ministerio de relaciones laborales, vigilará el cumplimiento de los deberes y derechos de los y las servidores establecidos en la citada ley y reglamento general.

Es decir los trabajadores públicos pueden vigilar o denunciar en caso de malos accionares y también de recibir capacitación de ser necesaria en determinados temas.

Para tal efecto, es necesario contar con una buena o efectiva comunicación que no es otra cosa, que transmitir las ideas, en el momento preciso y adecuado.

De igual forma el Plan Nacional de Buen Vivir, justifica el correcto uso de las distintas formas de comunicación organizacional que existe para garantizar cada una de las diferentes formas de comunicación que se emplean en las oficinas públicas, y con ello direccionar a un espacio más eficaz de trabajo en cuanto a comunicación organizacional y sus estrategias a usar.

Uno de los sistemas de comunicación que no se debería abusar es el método vertical que sigue la cadena organizacional de mandar hacia abajo desde la mayor autoridad por medio de varios niveles gerenciales hacia los trabajadores, misma que consiste de directrices formales, boletines, periódicos a empleados y mensajes verbales; y hacia arriba partiendo de los empleados por conducto de los varios niveles de

autoridad hasta la alta gerencia en este caso hacia el alcalde y sus colaboradores.

La técnica que si se debería aplicar para afianzar la confianza entre los servidores públicos y sus jefes inmediatos es la comunicación interpersonal, esta necesaria para mantener la seguridad de con quien se trabaja y para qué; permitiendo un ambiente de trabajo más tolerable y eficaz al momento de presentarse algún inconveniente, duda o mal entendido, resolviéndolo sin mayor trascendencia.

Las responsabilidades que se enfoca en esta área son mantener en completo orden un sistema que estructurado idóneamente sirva como base fundamental para la disciplina que se busca en cuanto a orden, atención, prioridades hacia el usuario quien es el motivo por que se trabaja como un servidor público, es precisamente para ayudar con lo que demande el interesado.

Al emplear adecuadamente las estrategias comunicacionales existentes llevándolas con el orden preciso para su propósito, que se sobre entiende que aparte de dedicar la atención al usuario, con ello también se direccionará la imagen corporativa de la institución en este caso el GAD de Salinas.

La ciudadanía en general se verá protegida, bien representada más que todo respaldado por esa firme convicción de servir eficientemente, dando la imagen pública de compromiso que debe transmitir; para esto juega un factor importante el uso adecuado de las nuevas tecnologías.

En el caso del GAD de Salinas, aplicar un circuito cerrado de comunicación donde las mensajerías desaparezcan y la información sea directa y clara por quien la emita; en el momento de que la situación exija un poco más a los servidores públicos ellos deberían estar personalmente recibiendo la información, comunicado u orden, que se tenga que ejecutar.

Cuando se habla sobre el uso de redes sociales es sinónimo de comunicación informal entre personas; en el caso de los servidores públicos las redes sociales debería ser parte esencial y prioritaria para ejecutar o transmitir alguna orden, por ello el circuito de comunicación debe estar implementado por dichas redes sociales específicamente para el uso laboral.

Para evitar el mal uso de estas redes de comunicación, se tendrá que vigilar el accionar adecuado de las redes de comunicación a implementarse en cada uno de los trabajadores, es decir de los servidores públicos y sus puntos de contacto.

Así se optimizará tiempo, dinero, y se ejecutarían las obras, acciones y deberes de manera precisa sin distorsión alguna; todo este proceso debe estar siempre vigilado por un grupo de personas expertas en el área de comunicación tanto organizacional y técnica.

Resolviendo así uno de los problemas en el área pública existentes como es el de mantener largas filas con la excusa que el sistema no responde; con las técnicas efectivas de comunicación, organización y uso adecuado de la tecnología se puede salir de esa rutina llamada “mal funcionamiento del sistema” (Pinoargote, 2010) (Montejano, “RESPONSABILIDAD DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS”, 2007)

Esto permitirá no solo a los trabajadores públicos optimizar recursos y tiempo si no también agilidad en todos los trámites que se desarrollan dentro o fuera del GAD de Salinas ya sea para el usuario o para los mismos servidores públicos que deseen tramitar algo urgente.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivos Generales.-

Determinar las estrategias comunicacionales, a través del análisis bibliográfico y la observación in situ, que incida en el mejoramiento del clima organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas, 2014

Objetivos Específicos:

- 1.- Identificar las estrategias de comunicación a través de la observación y la participación activa.
- 2.- Diagnosticar por medio de las encuestas el clima organizacional del GAD de Salinas a los usuarios y directores de las distintas dependencias.
- 3.- Elaborar una propuesta a través del uso eficiente de la información, y las distintas estrategias comunicacionales en el área interna, para desarrollar un óptimo clima organizacional.

HIPÓTESIS.-

Si las estrategias comunicacionales influyen en la imagen corporativa de los servidores públicos ENTONCES en el gobierno autónomo descentralizado de Salinas se reflejaría eficiencia en el ejercicio estatal.

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Variable independiente.-

Las estrategias comunicacionales internas

Variable dependiente.

Mejora del clima organizacional en GAD de Salinas

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENCIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<p>Si las estrategias comunicacionales internas son adecuadas entonces esto influenciará en la mejora del clima organizacional.</p>	<p>V.I. Estrategias comunicacionales internas</p>	<p>Es el arte para dirigir, coordinar, las operaciones, sean estas las necesarias para cubrir todas las áreas a través del uso de las herramientas de comunicación que ayudarán al personal para alcanzar los objetivos esperados. Dentro de dichas estrategias es importante establecer los factores adecuados para asegurar el éxito en cada departamento administrativo.</p>	<p>Planificación Organización Decisión</p>	<p>Coordinación Dirección Verbales No verbales Social Servicio</p>	<p>Entrevistas Observación directa Encuestas</p>

MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<p>Si las estrategias comunicacionales internas son adecuadas entonces esto influenciará en la mejora del clima organizacional.</p>	<p>V.D. Mejora del clima organizacional</p>	<p>Es una dinámica de grupo que está en la organización para el desarrollo del ambiente laboral, el cual es influenciado por las emociones de los distintos grupos que son relacionados con la motivación de los colaboradores, las cuales tienen que ver en la parte física como emocional.</p>	<p>Servicio Eficiente</p> <p>Comunicación segura entre colaboradores</p> <p>Responsabilidad interna de comunicación</p> <p>Manejo adecuado del público</p>	<p>Tácticas Destrezas Habilidades</p> <p>Técnicas Procesos conocimiento</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p> <p>Observación directa</p>

Capítulo I

MARCO TEÓRICO

MARCO REFERENCIAL.-

Para el desarrollo del tema “Estrategias comunicacionales internas para mejorar el clima organizacional en el Gobierno autónomo descentralizado de Salinas”, primero es necesario contextualizar el objeto de estudio.

Salinas, se encuentra ubicada en la provincia de Santa Elena, además es una de las más jóvenes jurisdicciones del Ecuador junto con Santo Domingo de los Satchilas.

Como todo lugar tiene su historia y para esto el Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas no es la excepción, así como los dos cantones Libertad y Santa Elena, Salinas comparte su historia con la cultura Machalilla y Valdivia, de la cual desciende la gran mayoría de sus habitantes y luego con la mezcla de sus costumbres y con la dominación española.

Salinas inicia como recinto del cantón Santa Elena, para el año 1929 es elevada a la categoría de parroquia y el 22 de Diciembre de 1937 mediante Decreto Supremo del gobierno del Gral. Alberto Enríquez Gallo fue designado cantón.

Sin duda alguna, uno de los rubros fuertes es el turismo que cada año aumenta su valor gracias a sus paisajes, playas, costumbres, cultura y su gente, que ha hecho de Salinas uno de los lugares predilectos del turista nacional y extranjero, por ello los hoteleros expanden sus negocios gracias al rápido crecimiento que tiene el cantón y la provincia.

Actualmente Salinas cuenta con una población de casi 69.000 habitantes según el censo del 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y censo (INEC)

A esto se puede añadir el crecimiento de negocios independientes como barras, bares, discotecas, restaurantes, entre otros, los cuales aportan un plus para el crecimiento económico y social del cantón; cabe destacar que en los últimos años se han incrementado los negocios informales que de alguna manera dinamizan y contrastan el nivel socio económico de la ciudad.

Ante este fenómeno, el GAD de Salinas trata de enfrentar los problemas, dando solución a los mismos, sin embargo se debe indicar que a pesar de los esfuerzos realizados por la actual administración de cambiar ciertos retrasos tan visibles como es la mejora del uso de las técnicas de comunicación entre otras que se quiere cambiar de a poco debido a la costumbre de muchos empleados que aún están arraigadas como hábitos en la función pública.

En la entrevista realizada a Eduardo Hesny, Director de Comunicación Social del GAD de Salinas, indicó que es difícil cambiar estructuras o modelos de trabajo que ya vienen desempeñando hace mucho tiempo algunos funcionarios, pero ya están en ese proceso, de cambio que nos es fácil pero que el cambio y los frutos se los podrá ver muy pronto.

A esto sumó que otra de las áreas que lo preocupan es la parte tecnológica, es decir el uso eficiente de redes sociales, para dinamizar la comunicación interna que indica que es una de las más importantes pero una de las menos atendidas debido al trabajo que efectúan por factor tiempo.

En lo que se refiere a la estructura administrativa y de funciones; el GAD de Salinas está conformado de manera tal que cada función y funcionario está debidamente encasillado a los distintos frentes de acción que enfrenta normalmente una institución municipal.

Existen actualmente laborando en el GAD-S, 30 funcionarios, 168 empleados, 132 obreros y 159 servicios ocasionales; dando un total de

489 personas que laboran directamente en los 27 departamentos existentes.

Los mismos se encuentran distribuidos en cada uno de los diferentes departamentos administrativos, los cuales están distribuidos de la siguiente manera.

PLANTA BAJA

INFORMACIÓN, RECAUDACIÓN, TURISMO, CONTABILIDAD, RENTAS, TERRENOS, CATASTRO, FINANCIERO, JUSTICIA Y VIGILANCIA, BODEGA.

PLANTA ALTA 1

ADMINISTRACIÓN, MEDIO AMBIENTE, COMPRAS PÚBLICAS, COMUNICACIÓN SOCIAL, SISTEMAS, VICE ALCALDIA, AUDITORÍA INTERNA, SECRETARÍA, JURÍDICO, ALCALDÍA.

PLANTA ALTA 2

GESTIÓN DE RIESGO, TRÁNSITO, TALENTO HUMANO, CONCEJALES, PALNIFICACIÓN, OO. PP.

Como referencia es importante destacar que en la actualidad la Alcaldía del Cantón Salinas, se encuentra administrada de la siguiente manera.

CONCEJO MUNICIPAL

Sr. Oswaldo Daniel Cisneros Soria	Alcalde del GAD Municipal de Salinas
Ing. Dennis Córdova Secaira	Vicealcalde
Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe	Concejal
Srta. Jenny Lorena Del Pezo Mejillones	Concejal
Sr. Ramón H. González Suárez	Concejal

Sra. Yuliana Evelina Rosales Rosado	Concejal
Sr. Guido José Muñoz Clemente	Concejal
Sra. Tomasita Marianita Lino Santos	Concejal

De igual forma se encuentra dividida la municipalidad en 12 comisiones especiales para el buen desarrollo del GAD y en cada una de las comisiones existen 3 representantes, un presidente y dos vocales, así estos se dedican a desarrollar cada área acorde a las necesidades que se vayan presentando.

COMISIÓN DE MESA, EXCUSAS Y CALIFICACIONES

COMISIÓN DE PLANIFICACIÓN Y PRESUPUESTO

COMISIÓN DE EQUIDAD Y GÉNERO

**COMISIÓN MUNICIPAL DE LEGISLACIÓN Y POLÍTICA
INSTITUCIONALES**

COMISIÓN MUNICIPAL DE SERVICIO Y CONTROL FINANCIERO

**COMISIÓN MUNICIPAL DE LEGISLACIÓN Y POLÍTICA
INSTITUCIONALES**

COMISIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS PÚBLICOS

**COMISIÓN MUNICIPAL DE CATASTRO, AVALUOS Y PREDIOS
URBANOS**

COMISIÓN MUNICIPAL DE MANTENIMIENTO Y CONTROL

COMISIÓN MUNICIPAL DE DESARROLLO SOCIAL

COMISIÓN MUNICIPAL DE TRÁNSITO

**COMISIÓN MUNICIPAL DE TURISMO, MEDIO AMBIENTE Y GESTIÓN
DE RIESGO.**

Estas comisiones son muy importantes por ser las encargadas de desarrollar y gestionar cada área, que se ha enumerado anteriormente, permitiendo abarcar con totalidad los espacios de más urgencia que se presenten, para ello un presidente y dos vocales son los que coordinarán y plantearán las soluciones a cada caso, tomando en cuenta, tiempo, recursos y medios de gestión, sea esta interna o externa.

Algo importante en cuanto se refiere a la comunicación y el clima laboral es la libertad que se tiene para ver la información del GAD, esto permite un acercamiento más familiar entre servidor público y usuario, desarrollando así una correcta difusión de la información, algo impensable en varios años atrás.

Así como en décadas pasadas se veía poco interés en darle un nivel distinto a la administración pública en la provincia mucho menos en el cantón Salinas, hoy en día es todo lo contrario, los cambios que se generan con el transcurso del tiempo prometen más indispensable el correcto uso de las tecnologías de información comunicacionales (TIC).

La competencia es más fuerte que nunca y cada compañía, empresa ya sea grande o pequeña, se encuentran en constante contención buscando quien es el mejor, para poder llevarse la satisfacción de un buen trabajo realizado, en beneficio de los usuarios y quienes conforman el GAD de Salinas.

Por esto y más formas de desarrollo es donde se debe aplicar los tipos, técnicas o estrategias de comunicación, que generen ideas o mejores tácticas para emplear en la organización pública y que conciba constantemente, sea a corto o largo plazo la apatía a favor de la función pública, dándole así eficiencia en el ejercicio interno del desarrollo de estrategias para un clima organizacional más o menos acorde a la vanguardia de la tecnología y comunicación.

De aquí es donde el poder de las mejores ideas para el funcionamiento de la organización en este caso el GAD de Salinas, pueda influenciar de manera correcta las funciones de cada departamento que conforma una municipalidad, donde la comunicación interna es la médula de la organización en masa, es decir que demuestra el clima organizacional en lo máximo de su esplendor.

Dentro de este análisis, se puede traer a constancia una teoría; más que eso es que se pudiera hacer de alguna forma efectiva tal como lo plantea Alejandro Formanchuk, donde indica que cada una de las tácticas de hacer comunicación interna, donde se trata de reemplazar culturalmente nuestra forma de hacer comunicación, y que este método no es nuevo pero muy pocos lo ponen en acción

De hecho cada una de estas estrategias ya se ha escuchado en una que otra empresa, pero existe de alguna forma rastros de esa vieja escuela que nada que ver con las nuevas tendencias y tecnologías de comunicación, hay algunos quienes expresan que este tipo de cambios culturales solo son el cambio de nombre pero que en ejecución y beneficios sigue igual que antes.

La comunicación interna 2.0 que a decir verdad en algunos sectores públicos aun parece estar en el pasado, para ser más explícito existe algunos ejemplos que aclaran sobre la diferencia entre comunicación 1.0 y 2.0 esto enfocado por supuesto en el cambio cultural de la nueva comunicación y organización.

Los cambios generacionales son importantes y ahora es el momento, para la comunicación, aún más, las palabras son importantes más aún cuando estas tienen forma y sentido de cambio; a continuación se mostrará el cuadro explicativo de uno de los pioneros en comunicación interna, Alejandro Formanchuk

Tiene vasto conocimiento en comunicación y organización; argentino que cambió el rumbo de las nuevas tendencias en comunicación organizacional, actualmente es Presidente de la Asociación Argentina de Comunicación Interna.

Además, es uno de los pioneros e impulsor de la Federación Iberoamericana de Comunicación Interna para América Latina y el Caribe en 2014, asimismo en uno de sus libros habla sobre la Comunicación Interna 2.0 un cambio cultural.

CUADRO CULTURA: DEL 1.0 AL 2.0

Trabajar mucho

Trabajar mejor

Directivo	Facilitador
Manda la jerarquía	Vence el Talento

Empleado	Colaborador
Público Interno	Actor multidimensional
Recursos humanos	Personas
Pelea por el Poder	Rotación de poder
Centralizar	Descentralizar
Gigantismo	Unidades móviles
Competencia	Cooperación
Información	Dialogo
Jefe y subordinado	Colaboradores movedizos
El cargo otorga respeto	La capacidad genera admiración

Cultura del 1.0 al 2.0 (Formanchuk, 2010)

Dicho cuadro es uno de los aportes más efectivos de optimizar y liderar bien en una organización que toma en serio la comunicación interna, como la columna vertebral mismo de una institución, pues bien, dichos cambios se puede observar casi enseguida, la manera de identificar

ciertos aspectos en el mundo de la comunicación interna, sea esta personal o de identificar una función de trabajo se la puede percibir casi enseguida.

Como sé que funciona; por el cambio de actitud que genera este en el ambiente laboral, los colaboradores ya no se sienten como antes (trabajadores) y eso es palabras mayores, porque un colaborador motivado generará y rendirá más de lo que espera la compañía eso significa más puntos para la empresa, en este caso el GAD de Salinas.

Fundamentación Científica.

Estrategias Comunicacionales Internas

Aquí se observa una de las partes más importantes en el desarrollo del trabajo de sustentación por eso como ya se adelantó un poco, uno de esos cambios y el cual se debe llegar más lejos aún es la optimización de la comunicación interna 2.0, la cual cambiará culturalmente la forma de pensar y trato hacia el trabajador público y con ello reflejarlo a nuestros usuarios.

En este cambio generacional el responsable es Alejandro Formanchuck, que indica que las tecnologías básicas a las nuevas tecnologías, es necesario un cambio no solo de instrumentos o técnicas más bien se trata en el 2.0 de la comunicación interna, una mudanza de pensamiento, filosofía o como se quiera llamar al pensamiento o modos de actuar del siglo pasado, así como la pos era de la máquina y toda la revolución industrial de aquel entonces.

Hoy en día el cambio generacional en las diferentes organizaciones es precisamente la de transformar el pensamiento en donde ya no existen trabajadores sino colaboradores, donde antes se veía como competencia hoy en día se lo conoce como cooperación, y de ese modo ir

transformando la manera de tratar al grupo humano que hace posible una organización, empresa o en este caso el GAD de Salinas.

En cuanto a otra manera de optimizar y generar resultados el municipio de Salinas es tomando en cuenta los factores que influyen en el clima laboral y por ende el organizacional, es dando mayor atención a puntos claves o columnas que sostienen la organización laboral.

Tomando como referencia un portal de internet especializado en dar ideas a empresas sobre lo que se refiere el clima laboral y organizacional, publicado por Fausto Bañuelos experto en administración de empresas y colaborador de algunas compañías importantes entre ellas DISNEY, indica que los factores que influyen en el clima laboral son: liderazgo, relaciones, implicaciones, organización, reconocimiento e igualdad.

Liderazgo

Según Bañuelos Aquí se refiere a la relación que existe entre jefe y subordinado, y como esta reacciona ante el ambiente laboral, con el tiempo se ha ido observando una gran cantidad de líderes que manejan o guían a las empresas entre esas se encuentran líderes no tan flexibles como se recomienda, más bien el líder debe moldearse a la situación que se le presente.

Relaciones

En este punto se trata de como es el ambiente de trabajo y amistad entre el personal, ya que no se trata de ir laborar y ser expectantes pasivos de lo que sucede a nuestro alrededor, muchas veces existen problemas entre compañeros de oficina y no se da la importancia del caso en resolverlos para así evitar confrontaciones, y con ello malestares generales afectando a la empresa.

Si no damos el interés que merece del lugar donde se labora seguramente no se tendrá la seguridad de hacer un buen trabajo y podría

caer en la rutina dando prioridad más a los chismes de pasillo que son muy frecuentes o si no se centra su atención en problemas personales descuidando sus obligaciones.

Implicaciones

Aquí se refiere al grado de compromiso que se tenga con la empresa y en este caso se refiere al grado de percepción que tienen los trabajadores con la compañía, empresa o el GAD.

Así está comprobado que cuando existe una comprensión o una mayor atención por parte de la empresa hacia sus colaboradores, está siempre será la de mejor recurso, mejores ventas y mejor desempeño.

Organización

En esta parte se refiere a como la empresa está constituida en base a políticas, procedimientos, que maneja cada empresa u organización así como también, los puestos y manuales existentes en cada área para el correcto manejo de las áreas a coordinar para la dirección adecuada de la información y el accionar correspondiente.

Reconocimiento

Es habitual saber que siempre se comenta vulgarmente que no se reconoce el esfuerzo de quienes lo hacen o cosas así, esto genera malestar en el personal permitiendo una atmósfera de incomodidad y con ello una baja del rendimiento laboral afectando los objetivos de una organización.

Está comprobado que al momento de incentivar o motivar a los colaboradores estos generan mayor eficiencia y al sentirse que es bueno en su área de trabajo, este contribuirá mejor a la causa organizacional que es la de llegar a la excelencia y eficiencia.

Remuneración

Son distintas empresas que emplean ya el método de remuneración a pesar de ello no existe mayor confianza, esto debido a que existe un método de incentivo estándar a todos, haciendo pensar de algún modo que no importa mucho el esfuerzo, todos recibirán lo mismo, es por eso que cada valor en este nuevo sistema de remuneración se notara los cambios dando valor al esfuerzo y empeño de los colaboradores.

Igualdad

No es raro escuchar pequeños conflictos en cada empresa debido a la falta de igualdad entre empleados, esto causa malestar e incomoda al resto de compañeros; todos somos iguales sin raza ni creencia al final todo merecemos las mismas oportunidades a igualdad de condiciones, por eso el buen líder identifica los eslabones débiles y los pilares los cuales sabrá como estimular para el correcto beneficio grupal.

Los factores que se describió son una de las más claras y cercanas apegadas completamente a la realidad dada la experiencia de Fausto Bañuelos experto en administración donde claramente identificado estos puntos como indispensables para el correcto manejo de la comunicación interna. (Bañuelos, 2014)

Con estas pistas ya se podrá obtener y cristalizar una imagen corporativa solida el cual refleje y se pueda sentir el clima organizacional lo más solvente posible, perfección no, debido a que siempre existirá distintos criterios, puntos de vista y diferente ambiente todo esto incidirá en la decisión de unos pocos o muchos.

Lo que es claro es la importancia que tiene el correcto uso de las tecnologías de comunicación para el uso del personal interno y efectivizar u optimizar, las áreas del GAD de Salinas por lo que haría uno de los

municipios más eficientes en cuanto a recursos de tecnología a través del manejo correcto de la comunicación.

Estrategias comunicacionales internas para mejorar el clima organizacional en el gobierno autónomo descentralizado de Salina.

Tal como lo plantea Martínez Bagueño, la comunicación institucional es la que trata de identificar y desarrollar al máximo las relaciones con la ciudadanía con visitas al reforzamiento del conocimiento que estos poseen en la Administración y procurar el consenso en torno a su gestión. (M, Diciembre del 2015)

La comunicación en el siglo XXI

Es una herramienta más para la gestión pública, es en el presente proyecto se plantea el significado de estrategia comunicacional y al mismo tiempo comunicación interna considerando la necesidad de elaborar una propuesta sistemática, ordenada y puntual que facilite la comunicación interna del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

De la misma manera como menciona el Instituto Navarro, que la gestión de comunicación interna debe ir acompañada de un plan que permita institucionalizar la gestión de una manera permanente y que hay algunos aspectos que definen el perfil de las personas responsables de la comunicación en las administraciones públicas: (Navarro, Diciembre del 2015)

Profesionalización.

Ocupación oficio, puesto de trabajo, carrera, cargo, función, empleo, labor, actividad que realizar.

Confianza.

Esperanza firme que se tiene de algo o alguien./ animo, vigor para obrar.

Persuasión.

Convencimiento, sugestión, incitación, sugerencia inducción.

Convencer a alguien para que crea o haga algo ejemplo:

La persuade para que venga.

Convencerse o llegar a creer una cosa.

Honestidad

Decoro, decencia, integridad, dignidad, rectitud, virtuoso.

Herramientas de comunicación

Tablón de anuncios:

Un tablón de anuncios o una cartelera es un lugar donde se pueden dejar mensajes públicos, por ejemplo, un aviso para comprar o vender, anunciar eventos, o proveer información. Usualmente están hechos de un material como el corcho para facilitar el agregado y la remoción de mensajes.

Se encuentran particularmente en universidades. Algunas universidades tienen decenas o cientos de tablonos de anuncios públicos, usados para cualquier tipo de aviso, desde avisos de grupos extracurriculares o negocios locales, hasta notificaciones oficiales.

Cambios en las tecnologías.

El cambio tecnológico introduce cambios que llevan al reemplazo de productos, procesos, diseños, técnicas, etc. En los años cincuenta y sesenta encontramos ejemplos de cambios técnicos drásticos, sucesión de mejoras, nuevos productos, procesos y sistemas tecnológicos que condujeron a transformaciones en las condiciones de trabajo, estilos de vida y estructuras de producción entre países.

A partir de los setenta se presenta una situación más compleja, a pesar de haber introducido innovaciones asociadas con la microelectrónica y la biotecnología, el desempeño en materia de crecimiento económico mundial no ha seguido el mismo ritmo. (Cabanas, 23 de enero 20015)

Otro mecanismo para establecer buenas relaciones de comunicación es una guía.

El significado de la comunicación interna.

La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros.

Esto, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo y el logro de los objetivos organizacionales.

Comunicación interna. La comunicación es una actividad muy antigua, cuyo surgimiento está vinculado con la aparición y evolución del hombre como ser social, al tomar conciencia de la necesidad de relacionarse con los individuos circundantes.

Como proceso presente en toda práctica humana, constituye uno de los principales pilares de la interacción social, que posibilita la formación de agrupaciones sociales con cualquier tipo de complejidad.

Tomando en cuenta que la comunicación es un aporte primordial para toda institución, sea privada, pública u organizaciones sociales que tienen como fin algún propósito en común.

La comunicación que se desarrolla hacia el ámbito interno de la institución, se le conoce como comunicación interna y tiene lugar con los públicos internos es decir los servidores públicos.

Aunque no se debe dejar de destacar que la comunicación organizacional comprende también los procesos hacia el ámbito externo, o sea, la comunicación externa que tiene lugar en los públicos externos de la empresa.

MARCO CONCEPTUAL

Estrategias Comunicacionales Internas

No está definida aun, pero lo que muchos de los expertos y especialistas en esta área indican que, cada uno de las diferentes ámbitos que comprenden los sistemas de comunicación interna varían de acuerdo al área, personal y compañía de trabajo que pueden desarrollar distintos puntos de opinión.

La comunicación interna o corporativa define, busca resultados los cuales intercambian, comparten, comparan ideas para el desarrollo globalizado de la empresa por eso la visión de los que generan soluciones deben estar compartidas totalmente con la misión y visión de la empresa.

Estrategia

En la real academia de la lengua (RAE) estrategia es un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Por otra parte estrategia deriva del latín **strategía**, que a su vez procede de dos términos griegos: stratos (ejército) y agein (conductor, guía). Por esa razón el concepto primario es el arte de dirigir las operaciones militares.

Comunicación

La (RAE) indica que es transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor.

La etimología de comunicación deriva del latín **comunicare**, que significa compartir algo, poner en común, dicho esto la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo.

Interno

En el (DRAE) se puede ver que esta palabra tiene un significado en lo comunicacional, siendo adjetivo con la palabra interior que es algo que se encuentra dentro de algo.

Palabra que tiene varios sentidos de acuerdo a su composición, con ello se puede entender un significado bastante amplio según su estructura; en el ámbito de la comunicación su orden es diferente y tiene un significado más extenso y complejo por la disposición en que se ubique.

Clima

En términos y sentido intelectual se define como condiciones o circunstancias físicas o sociales; de acuerdo al (DRAE)

Como en todos estos términos se puede dar cuenta que adquieren mayor significado a ser compuestas con otras palabras.

Organización

La real academia de la lengua conceptualizan lo siguiente: que es una acción y efecto de organizar, también indica que en otra definición es una asociación de personas reguladas por un conjunto de normas en función de determinados fines.

Es más que lógico que las organizaciones tienen como fin el desarrollo de ideas y la cristalización de los mismos con el propósito de alcanzar las metas u objetivos propuestos por la compañía u organización y en este caso por el GAD de Salinas.

Comunicación Interna como valor agregado

Es claro que en la actualidad se le da el valor que merece a la comunicación interna, pero Marco Arru, experto en comunicación organizacional y actual director de Comunix (consultora estratégica de comunicación y de tecnología), indica a través de su extensa experiencia que comunicar es compartir poner en común ideas, sensaciones, opiniones y pensamientos.

Como punto de reflexión acota que la comunicación adquirida tiene un papel estelar como elemento constructor y difusor de cultura corporativa e incluso ayuda a las organizaciones a transmitir valores intangibles que asienta la identidad que es el activo máspreciado. (Arru, 2014)

Valor agregado

Este es un término que genera mayor confianza, debido a ese plus que se añade a algo, al parecer es insignificante pero es un agregado fantástico que puede cambiar la imagen de cualquier organización, siempre y cuando estas cumplan las reglas de comunicación y acción añadida precisas, que hagan de cada plus algo diferente y realizable.

En las definiciones de este término son apegadas a las finanzas y cuestiones de valores pero también es reconocido en el área social como la característica o cosa que se añade a lo normal o a lo que corresponde.

Con las posibles soluciones para aportar a una óptima forma de comunicación interna y con ello obtener un clima organizacional óptimo para el desempeño correcto de las distintas funciones de una organización municipal encontramos algunas herramientas que harán posible aquel desempeño.

Entre las estrategias es el uso de la comunicación interna 2.0 en la que Javier Rodríguez Labastida, editor de la página web mexicana Alto Nivel.com, en uno de sus aportes indica que es importante que todos los

integrantes del grupo de trabajo deban estar comprometidos con la organización y que sepan a donde van.

Existe una anécdota en la que se puede notar claramente la definición de comunicación interna y esta se desarrolló en una visita del presidente John F. Kennedy por primera vez a la NASA, en el pasillo se encontró a un conserje barriendo “En que consiste su trabajo”, pregunto Kennedy “yo ayudo al hombre a llegar a la luna”, respondió el empleado. (Labastida, Javier Rodriguez, 2014)

Todo colaborador ya sea desde el encargado del aseo del lugar hasta los administrativos o socios que sepan cual es objetivo la misión y visión de la empresa, que todos tengan claro que contribuyen a que la compañía llegue a sus objetivos. (Lara, 2014)

Es importante el accionar pero más el compromiso que se debe tener para la organización, ya que esto definirá el futuro de los objetivos de la empresa, sin el uso de estrategias comunicacionales no se podrá notar un óptimo clima organizacional, lo cual afectaría a los usuarios y esto llevaría al colapso y fin de una empresa municipal como el GAD de Salinas.

En los cambios que se quiere dar en la nueva cultura de comunicación, no puede faltar el uso de las tecnologías, como las redes sociales o comunicacionales, que han optimizado tiempo e incluso recursos, gestionando con efectividad los mensajes e información.

Por otra parte vamos a conceptualizar y ampliar los factores que más se acercan a las variables y las cuales ofrecen un apoyo más amplificado de lo que son este tipo de conceptos utilizados como puntos clave de la columna vertebral que se llama a la comunicación

Como ya lo menciona en una de las páginas más importantes para el desarrollo de la comunicación en pequeñas y grandes empresas, (**Ideas**

para pymes.com); aquí ofrece una de las ideas más claras para desarrollar con más diligencia el clima organizacional tan esperado.

Uno de estos puntos esperados es precisamente el liderazgo el cual se conceptualizará con las necesidades e ideas del medio organizacional.

Liderazgo

Fundamental e indispensable para las necesidades de las nuevas empresas que requieren herramientas más aptas y acordes a las necesidades de estos tiempos que compiten por milésimas de precisión.

La parte más importante del liderazgo es la persona quien asume esta responsabilidad, cuidado con interpretar mal la verdadera labor del líder, este tiene como obligación trabajar hombro a hombro con los colaboradores que tiene a cargo, sobre todo apoyar si uno de ellos no pudo lograr el objetivo propuesto.

Mucho se habla en este tiempo sobre las clases de líderes que están, de los que deberían y no existir; queda claro que hoy el líder más efectivo es aquel que es flexible y se adapta a la amplia gama de actitudes que coexisten en este universo de circunstancias.

Es claro el mensaje de Fausto Bañuelos, al indicar que el buen líder conoce a su grupo de trabajo, y que sabe cómo estimular al igual que puede identificar claramente a los eslabones débiles y los pilares del grupo.

Con esta reflexión se puede afirmar quienes son y no líderes, el resto son imitadores o les falta mucho aun, este es uno de los objetivos primordiales para la comunicación interna efectiva y los resultados en el clima organizacional.

Imagen corporativa.-

La imagen corporativa de una empresa se compone de la parte teórica como misión, visión, objetivos, filosofía, briefing, estudio de mercado, identificación del mercado etc. elaborado por mercado logos y la parte gráfica como son logotipo,

Estrategias.-

La habilidad para dirigir un asunto en un proceso regulable, el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento

Disipando.-

Esparcir o hacer desaparecer de la vista poco a poco las partes que forman un cuerpo por aglomeración: el viento disipó el humo; la niebla se disipó a mediodía.

2 Hacer desaparecer, borrar de la mente u olvidar una idea, una imagen o un recuerdo: disipar una sospecha.

Persuadir.-

Convencer a alguien para que haga o deje de hacer algo, también se persuadió de mi inocencia.

Ejercicio público.-

El **método deductivo** es un **método científico** que considera que **la conclusión se halla implícita dentro las premisas**. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea **verdadera**.

Realidad.- Es toda existencia veraz, real y efectiva de algo que sucede en la sociedad y que tiene un valor práctico, en contraposición con lo fantástico e ilusorio.

Corporación.-

Grupo de personas integrado por un alcalde y varios concejales que se encargan de administrar y gobernar un pueblo o ciudad.

3 Grupo de empresas y sociedades que realizan diversos trabajos y servicios de manera independiente con el fin de conseguir un enriquecimiento común.

Evaluaciones.-

1 Análisis de una cosa que determina su valor, importancia o trascendencia.

2 Determinación del grado de conocimientos alcanzado por un alumno-a en un tiempo determinado.

Responsabilidad capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

Lineamientos comunicacionales.-

Se entiende por lineamientos al conjunto de acciones específicas que determinan la forma, lugar y modo para llevar a cabo una política en materia de obra y servicios relacionados con la misma.

Efectividad.-

Cuando se habla de efectividad, se está haciendo referencia a la capacidad o habilidad que puede demostrar una persona, un animal, una máquina, un dispositivo o cualquier elemento para obtener determinado resultado a partir de una acción. La eficacia tiene que ver con optimizar todos los procedimientos para obtener los mejores y más esperados resultados. Por lo general, la eficacia supone un proceso de organización, planificación y proyección que tendrá como objetivo que aquellos resultados establecidos puedan ser alcanzados.

METODO DEDUCTIVO:

La deducción va de lo general a lo particular, el método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Se puede decir también que el aplicar el resultado de la inducción a casos nuevos es deducción

METODO INDUCTIVO:

La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

La inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos particulares observados la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie.

Ciudadanía. Es la cualidad, conjunto y derecho de ciudadano de un pueblo o nación. También es la medición del comportamiento propio de un buen ciudadano.

Incidencia. Es todo acontecimiento que sobreviene en el curso de un asunto y tiene con él alguna conexión. Son casos que ocurren en la sociedad y siempre permanecen latentes.

Coherencia.-

El concepto se utiliza para nombrar a algo que resulta **lógico y consecuente respecto a un antecedente**. Por ejemplo: “El secretario mostró su coherencia y renunció ante el despido de su jefe”, “Lo que estás diciendo no tiene coherencia”, “El presidente afirmó que seguirá

MARCO LEGAL:

Constitución de la República

Capítulo segundo

Políticas públicas, servicios públicos y participación ciudadana

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.

En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Sección segunda

Administración pública

Art. 227.- La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

Sección Tercera

Servidoras y Servidores Públicos

Art. 234.- El estado garantizará formación y capacitación continuas de las servidoras y servidores públicos a través de las escuelas, academias e institutos, academias y programas de formación o capacitación del sector público; y la coordinación con instituciones nacionales e internacionales que operen bajo acuerdos con el Estado.

CAPITULO II

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

Las técnicas utilizadas en esta investigación son la deductiva e inductiva.

Método Deductivo.-

Por su parte permitió establecer un parámetro más cercano a las posibles razones del problema encontrado, debido a que las potenciales causas encontradas en el problema se fueron dando, con ello la pronta solución a las mismas, ya que estas poseían razones lógicas.

El método Inductivo.-

En cambio pudo establecer más causas hipotéticas para poder desarrollar y ampliar el plan de acción en el tema comunicacional, al desvelar posteriormente los motivos de la problemática a través de los métodos de investigación como la observación o entrevista los cuales soltaban resultados empíricos

A partir de las observaciones sistemáticas de la realidad se descubre la generalización de un hecho, abarcando con exactitud el problema real que se quiere identificar.

Modalidad de la investigación.-

En este caso es importante conocer las formas para recopilar la información que se requiere, por eso que a través de las entrevistas e indagación previa, se puede ayudar con datos de archivos o documentos publicados, recopilados como refuerzo para determinar de mejor manera los problemas que afectan la comunicación interna y el clima organización.

Diseño de La investigación.-

Para la elaboración de la investigación se utilizará el diseño transversal y longitudinal ya que ambas nos ayudarán a la recopilación de datos, utilizando encuestas, entrevistas y la observación de las funciones comunicacionales en el GAD de Salinas.

De este modo obtenemos información real en las dependencias existentes; así se maneja el diseño transversal utilizando la información en el momento que se realiza la investigación.

Y el eje longitudinal se lo considera, ayuda a darle el seguimiento correspondiente para identificar como se está realizando las estrategias propuestas.

Tipos de investigación.-

El tipo de investigación que se utiliza en el desarrollo de este proceso es el método descriptivo o correlacional y explicativo como herramienta para mejorar las funciones comunicacionales y el ejercicio organizacional al momento de atender a los usuarios.

Con este tipo de cambios se harán movimientos claves para solucionar las problemáticas informacionales existentes, permitiendo el mejoramiento y optimo ejercicio público.

Con esto al utilizar un método descriptivo se llegará al punto específico del problema en el área pública que identifique las equívocas estrategias comunicacionales internas que hacen que se perciba un deficiente clima laboral.

Estos tipos de investigación determinan las condiciones y causas en las que están direccionadas las diferentes estrategias comunicacionales que permiten el crecimiento o el estancamiento del proceso comunicacional.

Población Y Muestra.-

La población que se requiere en este caso, es la determinada por el número de servidores públicos, que se encuentran ubicados en las dependencias del Municipio de Salinas del cantón Santa Elena, además de una muestra poblacional de los usuarios del cantón Salinas.

Teniendo en cuenta que se permite un 5 % como margen de error admisible en la muestra que se realizará, en base al CENSO poblacional realizado en el año 2010 por parte del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

Población

68.675 hb. Salinas

489 trabajadores del GAD de Salinas

Fórmula:

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

Simbología:

n = tamaño de la muestra

e = error admisible

N = tamaño de la población

Muestra.-

$$n = \frac{N}{e^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{68.675}{0.05^2 (68.675 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{68.675}{0.0025 (68674) + 1}$$

$$n = \frac{68.675}{172.685}$$

n = 398

$$f = \frac{398}{68.675}$$

$$f = 0.00579541317$$

MUESTRA ESTRATIFICADA

$$n = \frac{68.675}{172.685}$$

$$n = 398$$

CUADRO DE MUESTRA ESTRATIFICADA

CANTÓN	DIVISIÓN PARCIAL	Parroquial	F (redondeado)
Salinas	0.00579541317	34789	202
Anconcito	0.00579541317	11822	68
José Luis Tamayo	0.00579541317	22064	128
TOTAL (muestra)			398

Técnicas e instrumentos de investigación.

Para este tipo de estudio se aplicará las técnicas y análisis correspondientes, se necesita validar antes de su uso respectivo.

Al momento de realizar las entrevistas y encuestas, llega ese momento de las dudas y ciertos temas que aún no están muy claros, y que permitirán despejar las necesidades que se presenten acerca del tema.

La utilización de la ficha de observación, permitirá estar más claros en la parte que se observa la falla comunicativa, este método lo que hace es reiterar y afirmar las falencias para dar una posible solución.

Otro de los instrumentos efectivos, es a través de la entrevista, este tipo de sistema hace que al momento que se consulte fluya una comunicación más interactiva, permitiendo que se pueda preguntar al entrevistado con más soltura, incluso haciendo ya evaluaciones que definirán con exactitud la realidad misma del problema en el ejercicio público.

Estos instrumentos investigativos facilitarán al momento de seguir el lineamiento específico y lógico, con tal importancia que puede tomarse como una muestra clave para el desarrollo de la tesis en general.

Por otro lado se desarrollarán tablas y gráficos, adecuados para la tabulación de los resultados de encuestas, con su debido análisis cuantitativo y cualitativo, esto permitirá descubrir las falencias con más exactitud y entablar soluciones posteriormente.

A su vez estos diagnósticos ayudarán a efectuar la propuesta y alcanzar los objetivos de la tesis, además el tema está encaminado a través del diseño transversal, se lo trabaja en un tiempo determinado.

En esta etapa se recoge información a través del tiempo, se puede ver incluso tintes o elementos longitudinales, por que la investigación indica

que se puede observar cambios, en tiempos determinados que justifican gran parte de la investigación.

Procedimiento de la investigación

Fase organizativa:

1. Identificar el tema
2. Un ensayo donde se describe el objetivo del proyecto

Fase investigativa:

1. Definir y describir la investigación con los objetivos medibles que se llevaran a cabo.
 - a. A establecimiento del problema de investigación
 - b. Justificación
2. Revisión de literatura
 - a. Literatura sobre las metodologías que podría utilizarse
 - b. Referencias de teorías aplicables
 - c. Descripción de la organización y del área, funciones
 - d. Preguntas de investigación o hipótesis si es tesis
 - e. Metas y objetivos del proyecto.

FASE APLICADA

1. Describir metodología a seguir
 - a. Población y muestra (aplica)
 - b. Herramientas a utilizar
 1. Entrevistas
 2. Encuestas

PERFILES DE LOS EXPERTOS A ENTREVISTAR

Dennis Rodríguez, Director administrativo del GAD Salinas

Eduardo Hesny, Director de Comunicación del GAD de Salinas.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Entrevista realizada al Director de Comunicación del GAD de Salinas, Eduardo Hesny, sobre la comunicación interna y el clima laboral del cabildo, el cual profundizará sobre la realidad que vive la actual administración en temas de información y organización.

¿Cuáles son los canales de comunicación que se utiliza en el GAD de Salinas?

Utilizamos correo institucional para la comunicación interna, para envío de trabajos puntuales y comunicación masiva también usamos el correo, ahora con el tema de la tecnología como el uso de teléfonos inteligentes en el cual usamos grupos de trabajo los directores del GAD, incluido por supuesto el alcalde, con lo que nos facilita resolver asuntos de forma inmediata y así optimizar el trabajo.

¿Qué tipo de comunicación utiliza usted como director con sus colaboradores?

Prefiero utilizar directamente las reuniones periódicas, me gusta conversar con mi grupo de trabajo de manera personal y delinear el trabajo de la semana, actividades que vayamos hacer, trabajo pendiente, analizar qué es lo que estamos haciendo bien, y que es lo que estamos haciendo mal, que aspectos debemos mejorar; socializamos mucho, creo en el trabajo en equipo.

¿Qué tipo de comunicación se emplea para controlar la conducta de mandos medios?

Siempre existe puntos de vista diferentes y siempre los va a ver, posturas diferentes, habrá personas que quieran hacer un proyecto de una manera otras de otra, entonces lo que se hace es socializar, y sumar ideas hacer

más fuerte y reforzar el trabajo, lo que hasta el momento nos ha dado mucho éxito.

Si en sus manos estuviera que optimizaría para mejorar la comunicación interna en el GAD de Salinas

Bueno la base tecnológica estamos intentando mejorar, lastimosamente en anteriores administraciones esto no era suficiente por eso del descuido en cuanto a tecnología comunicacional.

La idea es mejorar la captación de información, además de optimizar la página web, hacerla más interactiva en cada una de las áreas del municipio, donde se podría mostrar la agenda del fin de semana de cada una de las dependencias públicas y la información interactiva que es lo fundamental para mostrar la cercanía entre el ciudadano y el GAD de Salinas.

¿Cuál es la falla según su criterio que hay en el GAD?

No está superada aun la falta de información, pero hemos mejorado un poco con respecto a cómo la encontramos.

¿Qué opina de la comunicación interna 2.0?

Que es importante darles el valor a las personas, tanto el público interno como a nuestros ciudadanos, esto aumenta el valor y sentido de pertenencia al lugar donde laboran. Además es política interna el buen trato a las personas sean estas contribuyentes, usuarios visitantes, y ciudadanía en general, esto el alcalde nos tiene dicho siempre para poder alcanzar los objetivos y metas trazadas, es parte del objetivo general.

Resultado de encuesta dirigida al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas (GAD), para identificar posibles falencias en la comunicación Interna de la misma.

Cuadro N.- 1

¿QUÉ PIENSA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA QUE SE MANEJA EN SU DEPARTAMENTO?		
Actitudes	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXELENTE	22	22%
MALA	3	3%
BUENA	67	67%
PESIMA	8	8%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 1.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

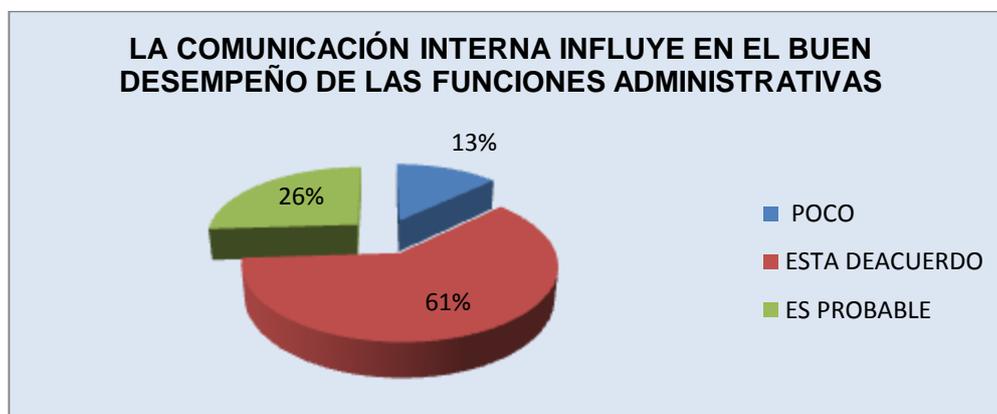
ANÁLISIS: La comunicación interna manejada dentro de la institución está considerada en un 67% como buena, en un 22% la describe como excelente, mientras tanto en un 8% indica que es pésima y un 3% mala; lo que indica que en la nueva administración existe pocas fallas en la comunicación interna, dando a conocer que se encuentran en el camino correcto

Cuadro N.- 2

LA COMUNICACIÓN INTERNA INFLUYE EN EL BUEN DESEMPEÑO DE LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
POCO	13	13%
ESTÁ DEACUERDO	61	61%
ES PROBABLE	26	26%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Grafico N.- 2.1



Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015
 Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez

ANÁLISIS: Cree que la comunicación interna influya en el desempeño administrativo, el 61% indica que está de acuerdo, mientras tanto un 26% dice que es poco probable y finalmente un 13% dice que es poco la influencia de la comunicación en las áreas administrativas. Dando a notar que son muy ligeros los porcentajes, con respecto al pensar de la importancia y poca importancia de la comunicación en las organizaciones, manifestando así, que aún existen personas que no conocen la importancia de la comunicación.

Cuadro N.- 3

LA COMUNICACIÓN INTERNA SE DEBERÍA FORTALECER EN LOS DEPARTAMENTOS DEL GAD DE SALINAS		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
DE ACUERDO	71	71%
DES ACUERDO	8	8%
LE ES INDIFERENTE	21	21%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 3.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: Se debería fortalecer la comunicación interna en el GAD, el resultado indica que 71% está de acuerdo, mientras que un 21 % indica que le es indiferente y un 8% está en desacuerdo; demostrando la importancia de personal apto en comunicaciones para su respectiva fomentación y capacitación en dicha área. Fomentando así una de las propuestas para este proyecto, donde la capacitación es primordial en el área comunicacional para efectivizar el desarrollo y el clima organizacional.

Cuadro N.-4

EXÍSTE FALENCIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN SU DEPARTAMENTO		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	20	20%
NO	29	29%
POCAS	51	51%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 4.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: Existe falencias de comunicación interna en su departamento, el cual el 51% asegura que hay pocas, el 20% asegura que si hay problemas mientras que 29% da a conocer que no las hay, esto indica que la actual administración, está iniciando con pie firme en el área administrativa, a pesar de que existen leves rezagos que hay que mejorarlos.

Cuadro N.- 5

SE HA DIFUNDIDO EN ESTA ADMINISTRACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA QUE TIENE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN UNA ORGANIZACIÓN		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	17	17%
NADA	22	22%
POCO	61	61%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 5.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: Se difunde en esta administración la importancia de la comunicación interna en la organización, el 61% indica que poco, mientras que un 17% dice que si ha existido difusión, y 22% considera que no hay para nada difusión sobre comunicación.

Estos datos arrojan la información que los administradores no son regularmente informados de la comunicación y su importancia, demostrando en otro porcentaje que es nula la difusión.

Cuadro N.- 6

ESTÁ SATISFECHO (A) EN SU LUGAR DE TRABAJO		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	52	52%
NO	5	5%
LE ES INDIFERENTE	37	37%
NO SABE	6	6%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 6.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: Está satisfecho (a) en su lugar de trabajo, los encuestados afirmaron en un 52% que sí están satisfechos, mientras que un 37% indica que le es indiferente, un 6 % dice que no sabe y un 5% que no está satisfecho.

ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LAS ÁREAS VULNERABLES EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL GAD DE SALINAS.

Cuadro N.- 7

CREE QUE EL CLIMA ORGANIZACIONAL SEA EL REFLEJO DE UNA ESTRUCTURA COMUNICACIONAL INTERNA EFICIENTE		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	52	52%
NO	7	7%
PUEDE SER	41	41%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 7.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: cree que el clima organizacional refleje de una estructura comunicacional interna eficiente, el 52% indica que sí; mientras que un 41% demuestran que puede ser; dando a conocer sus dudas sobre el tema, y un 7% revela que no. Esta estadística muestra que en el área administrativa el personal esta consiente de la importancia de generar buen clima organizacional a pesar de que una gran cantidad de los colaboradores encuestado tengan sus dudas en algo tan obvio.

Cuadro N.- 8

TIENE IMPORANCIA PARA USTED EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL DESEMPEÑO INDIVIDUAL Y GRUPAL DE LOS FUNCIONARIOS		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	66	66%
LE ES INDIFERENTE	10	10%
POCO	24	24%
NO	0	0%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 8.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: La importancia que tiene para usted el clima organizacional en el desempeño individual y grupal de los funcionarios, indican que en un 66% SI tiene importancia, mientras en un 24% dice que poco y un 10% le es indiferente. Demostrando así que se tiene conciencia sobre la importancia del clima organizacional, para el buen desempeño individual y grupal de una administración.

Cuadro N.-9

CON QUE REGULARIDAD SON LAS EVALUACIONES SOBRE EL DESEMPEÑO DE LOS FUNCIONARIOS		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONSTANTES	14	14%
POCO	19	19%
PERIODICAMENTE	61	61%
NUNCA	6	6%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 9.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: Con que regularidad son las evaluaciones sobre el desempeño a los funcionarios, un 61% indican que es periódicamente, 14% afirma que es constante, un 19% poco, y un 6% que nunca. La estadística refleja que las evaluaciones son periódicas en su gran mayoría, el contraste es que el 19% revelan que casi nunca hay evaluaciones, esto nos da una duda, y nos indica que existe una falencia en cuanto a compromiso y accionar en ciertas áreas administrativas las cuales se están descuidando.

Cuadro N.- 10

EXISTE RECONOCIMIENTO O ALGUNA FORMA DE INCENTIVO PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	7	7%
Regular	28	28%
POCO	40	40%
NO	25	25%
Total	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 10.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: El 40% indica que es poco el reconocimiento o incentivo que se da en la GAD de Salinas, el 28% indica que es regular, mientras que el 25% revela que no hay incentivo o reconocimiento, y el apenas el 7% dice que si hay reconocimiento e incentivo. Las estadísticas, revelan que no se está incentivando al funcionario en un gran porcentaje, demostrando que aún hay retrasos en cuanto esta forma de reconocimiento al trabajador, ya que esto promovería la buena comunicación y por ende el clima organizacional

Cuadro N.- 11

CREE USTED QUE LA EFICIENCIA DEL TRABAJO REQUIERE DE UN RECONOCIMIENTO		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	33	33%
POCO	11	11%
PUEDE SER	50	50%
NO	6	6%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 11.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez

Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: Para ser eficiente en el trabajo no necesita de un reconocimiento, el 50% indican que puede ser, el 33% dicen que si requieren de un reconocimiento, un 11% indican que poco, y un 6% dicen que no lo necesitan. Esto indica que la mitad de los encuestados no le caería nada mal un reconocimiento por su trabajo diario, el porcentaje que le sigue dice que si requiere de un reconocimiento para ser más eficiente, demostrando así que incentivando al funcionario ganaría más la administración.

Cuadro N.- 12

EXISTE MOTIVACIÓN PARA DESARRROLARSE SIN NINGÚN PROBLEMA EN SU ÁREA DE TRABAJO		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	27	27%
POCO	38	38%
PUEDE SER	25	25%
NO	10	10%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.- 12.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: La motivación para desarrollarse en el área de trabajo, indica que un 38% es poco la motivación, el 27% dice que si hay motivación en el área de trabajo, el 25% indica que puede ser motivador, y el 10% dice que no hay motivación. Demostrando que no existe la suficiente estimulación, para el correcto desenvolvimiento laboral, apenas un 27% indica que si hay motivación, demostrando que nuevamente existen áreas de trabajo que siguen descuidadas mientras que otras tienen mejor motivación.

Cuadro N.- 13

¿CÓMO CREE QUE ES LA FLUIDEZ DE LA INFORMCIÓN EN EL GAD?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
EFICIENTE	35	35%
LENTA	18	18%
REGULAR	18	18%
RAPIDA	19	19%
POCO EFICIENTE	10	10%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

Gráfico N.-13.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el GAD de Salinas 2015

ANÁLISIS: Cómo cree que es la fluidez de la información que requiere, el 35% indica que es eficiente, 19% es rápida, mientras que el 18% indica que es lenta y otro 18% regular, y un 10% poco eficiente. Demostrando así que la información es eficiente, a pesar de las pequeñas falencias debido a la falta de equipo y uso correcto de las tecnologías.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En relación a las preguntas realizadas a los funcionarios públicos que laboran en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas, se ha detallado las siguientes conclusiones y recomendaciones que se ha identificado a través de las encuestas hechas previamente.

CONCLUSIONES

- Existe poca difusión de la información que debe saber el ciudadano.
- El uso de las redes sociales y los medios de comunicación no son explotadas al máximo, para comunicar correctamente al ciudadano e incluso para el uso interno de funcionarios.
- Existe poco interés de saber cuáles son los direccionamientos institucionales, por parte de los funcionarios públicos.
- No hay estrategias para evitar el aburrimiento y estrés laboral.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se debería dar más importancia y apertura a las capacitaciones sobre comunicación interna y clima organizacional, con personal calificado, para desarrollar una buena función administrativa.
- ✓ Para aumentar el compromiso del funcionario hacia el GAD de Salinas, se tiene que implementar un sistema de incentivos no precisamente económico, más bien el de fortalecer los lazos de aprecio entre directores y sus colaboradores no solo al momento de realizar un buen trabajo sino en cada momento.
- ✓ Desarrollar en el personal procesos de apoyo cuando estos están estresados, como revisar el cronograma y ajustarlo para tener una reunión periódica, con todo el personal, donde todos compartan sus experiencias, quejas, o conocimiento, con el fin de fortalecer la unidad y velar por los intereses del municipio y sus ciudadanos. Incentivar siempre la participación conjunta de los que laboran en la función pública para evitar trabas y malos entendidos en el libre ejercicio.

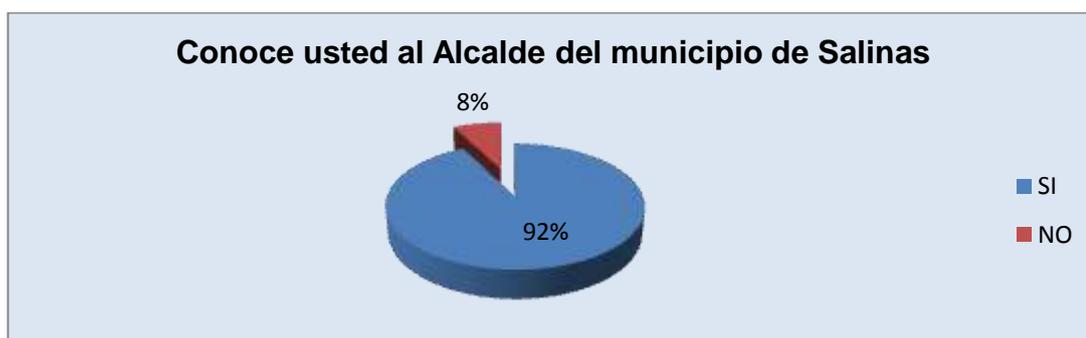
Resultado de encuesta dirigida a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Salinas (GAD), para identificar las posibles fallas comunicacionales Internas y de cómo se percibe el ambiente laboral por parte del usuario.

CUADRO N.- 14

Conoce usted al Alcalde del municipio de Salinas		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	368	92%
NO	30	8%
Total	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO N.- 14.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

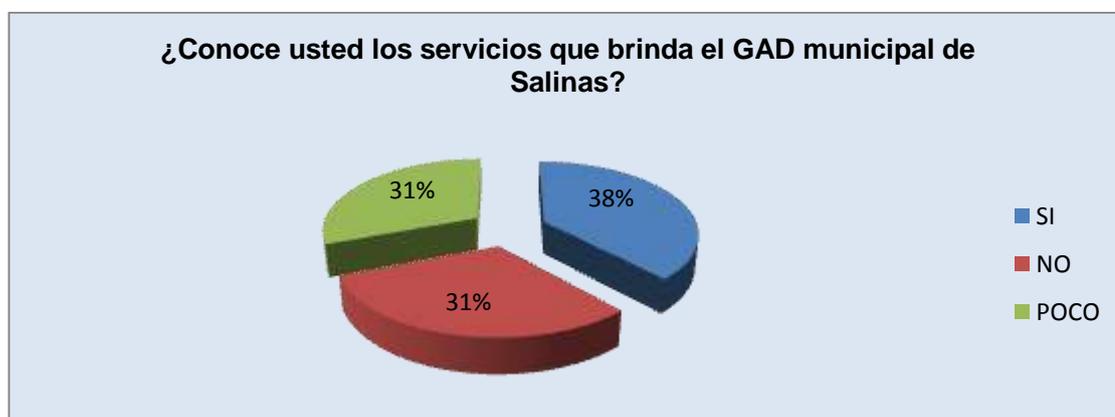
ANÁLISIS.- Son pocos los moradores salínense que no conocen al Alcalde del Cantón Salinas esto llega al 8%, por lo tanto un gran porcentaje como lo es 92% que si conocen al Burgomaestre, en este análisis se puede captar que si se ha aplicado una buena estrategia de comunicación para informar sobre la presencia del actual alcalde, debido que en anteriores administraciones muchos desconocían o tenía poco interés de saber quién es el alcalde de Salinas.

CUADRO N.- 15

Conoce usted los servicios que brinda el GAD municipal de Salinas		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	152	38%
NO	123	31%
POCO	123	31%
TOTAL	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO N.- 15.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

ANÁLISIS.- En los resultados se indica que el 38% si conoce los servicios que brinda el GAD municipal, le sigue por partes iguales el 31% que poco conoce y de la misma manera un no que aparece con el mismo resultado. Dando a conocer que falta información al usuario más contundente, que llegue, sobre todo a zonas poco transitadas, además esto indica que existe poco interés por parte del ciudadano, en saber o conocer cuáles son servicios que presta la municipalidad.

CUADRO N.- 16

La información que brinda el GAD municipal de Salinas es		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUENO	132	33%
REGULAR	234	59%
DEFICIENTE	17	4%
NO SABE	15	4%
TOTAL	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO N.- 16.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

ANÁLISIS.- Estos resultados y la percepción de los encuestados frente a esta pregunta, fueron evaluados con el 59%, que el GAD municipal brinda una información regular, mientras que el 33% acepta que es buena la información que brinda esta institución, inclinada al 4% que resalta que es deficiente la información, frente al 4% que se opone a no saber nada, sobre la información que brinda el GAD municipal.

Esto nos da como conocimiento que la información, no es aceptada totalmente por el usuario debido a la imparcialidad y poca simpatía de algunos para con la actual administración

CUADRO N.- 17

¿Cómo califica la atención brindada por el gobierno autónomo descentralizado de Salinas?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUENO	145	36%
MALO	25	6%
REGULAR	228	57%
TOTAL	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO.- 17.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

ANÁLISIS.- La calificación de los encuestados puso en primer lugar, el 57% que califica como regular la comunicación entre los integrantes de la institución, seguido del 37%, mencionando que la comunicación es buena y con el mínimo porcentaje que viene hacer 6% que lo califica que la comunicación es deficiente.

Demostrando que la atención tiene buena aceptación por parte del usuario pero también indicando que aún existen fallas que se debe superar.

CUADRO N.- 18

¿Cómo percibe usted la comunicación entre los integrantes de la institución?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUENO	129	32%
REGULAR	255	64%
DEFICIENTE	14	4%
TOTAL	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO N.- 18.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

ANÁLISIS.- Los procesos descritos en la pregunta fueron calificados con un 64% como regular, frente a un 32% que califico como bueno, seguida de un 4% que lo dejo como deficiente. Indicando que es regular la comunicación que perciben los usuarios, demostrando que se espera más por parte de los funcionarios.

CUADRO N.- 19

Está satisfecho (a) de los servicios que brinda el GAD de Salinas		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	148	37%
NO	87	22%
POCO	163	41%
TOTAL	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO N.- 19.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

ANÁLISIS.- En este ítem se establece que un 41% rara vez están satisfecho con la atención que brinda el GAD municipal, por otro lado el 37% marca que si están satisfechos, y un 22% a que no están satisfechos de la atención que brindan los servidores públicos de esta institución. Es claro que el actuar de la administración presente tiene sus resultados favorables cada vez que se realizan obras o muestras de presencia en lugares donde antes no hacían nada, de lo contrario la negativa es rotunda.

CUADRO N.-20

Está satisfecho(a) de la atención que brindan los servidores públicos del GAD de Salinas		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	115	29%
NO	283	71%
TOTAL	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO N.- 20.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

ANÁLISIS.- En este ítem se establece que un 71% no está satisfecho con la atención que brinda los servidores públicos, por otro lado el 29% marca una clara conformidad de la ciudadanía respecto a que si está satisfecho de la atención que brindan cada uno de los servidores públicos de esta institución.

Un gran porcentaje se ha manifestado diciendo que no se encuentran satisfechos con la atención total de la actual administración, dando la pauta que se debe mejorar mucho en atención y muchas veces la falla viene desde la comunicación interna que manejan los funcionarios.

CUADRO N.- 21

Conoce de los programas y proyectos que el GAD del cantón Salinas desarrolla		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	107	27%
NO	291	73%
TOTAL	398	100%

Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

GRÁFICO N.-21.1



Elaborado por: José Luis Chandi, Byron Suarez
 Fuente: Datos obtenidos en el cantón Salinas 2015

ANÁLISIS.- Los ciudadanos del cantón Salinas mediante encuestas reflejan el 27% que si conocen de los programas y proyectos que desarrolla esta institución, por el contrario el 73% indica desconocimiento de los programas y proyectos que desarrolla el GAD municipal del cantón Salinas.

Reflejando la poca comunicación existente entre municipio y ciudadanía, la gran mayoría de los usuario aseveran desconocer por completo, los proyectos de la actual administración.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En relación a las preguntas realizadas a los usuarios del cantón Salinas, se ha identificado las siguientes conclusiones y recomendaciones que se deben considerar, debido al resultado obtenido de la recolección de información y de la interpretación de las mismas.

CONCLUSIONES

- ❖ En la encuesta realizada a los ciudadanos, se puede analizar que muchos de ellos desconocen por completo los servicios que brinda el municipio de Salinas.
- ❖ Otra conclusión es que la información que se da en el GAD de Salinas es muy regular, demostrando que hay fallas comunicacionales internas que impiden el proceso correcto.
- ❖ . La atención normalmente es regular pero en las conclusiones generales se puede saber que aún hay malos servidores públicos que no hacen un buen trabajo de atención al usuario.
- ❖ Otra conclusión contundente es que los ciudadanos desconocen por completo los programas y proyectos que tiene el municipio, demostrándola falta de comunicación entre institución y ciudadanos.
- ❖ La poca optimización de ciertos recursos en el área de difusión e información, han permitido que no se conozca de alguna de las actividades, y de los trabajos que se está realizando por el cantón Salinas.

RECOMENDACIONES

En esta parte de la población evaluada se puede concluir en realizar propuestas pequeñas pero contundentes, que pueden lograr cambios sustanciales, desde la medula de la institución pública, como son los siguientes.

- ✓ Dar mayor control a la información importante que se manejará el día a día, utilizando, las herramientas tecnológicas como redes sociales e intranets, adecuadas a la necesidad del GAD de Salinas.
- ✓ Otra de las recomendaciones es utilizar una línea directa o reactivar la línea telefónica entre usuarios y funcionarios, así las quejas o sugerencias las recibe la municipalidad directamente y no esperar a que se haga una mala información en medios de comunicación masivos como radios locales como es de costumbre.
- ✓ Otra propuesta es ser más claros y directos con el manejo de la información municipal que deben hacer conocer a los ciudadanos, mediante el uso correcto de los medios de comunicación, letreros específicos y claros tanto en lugares más visibles y concurridos del cantón, al igual que una buena señalética informativa dentro del GAD de Salinas.
- ✓ Así también, la encuesta arrojó datos alarmantes los cuales indicaban que no hay conocimiento sobre los proyectos y programas que desarrolla el municipio demostrando totalmente, una falta de comunicación entre autoridades y mandantes; en este caso se puede aplicar el uso de medios de comunicación masivos para dar a conocer los proyectos y programas.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

Título.-

Optimización del uso de estrategias comunicacionales internas para mejorar el clima organizacional en el GAD de Salinas, a través de la creación de un boletín informativo.

Justificación.-

Para Merlano Medrano, editor de la página eumed.net, en su portal especializado en comunicación interna (C.I) en las organizaciones, indica que la comunicación es vital para las empresas o grupos permitiendo un entorno más sociable y de colaboración continua.

Por esta razón se refiere a que las organizaciones deben prestar más atención a como se está llevando la C.I, para pasar de un estado improvisado y artesanal a una comunicación profesional que sea gestionada y dirigida por personal capacitado, que puedan transmitir la visión de la organización y las metas propuestas. (Medrano, 2012)

La comunicación interna, es considerada como la herramienta más importante para organizar, calificar, cuantificar, ciertos aspectos comunicacionales de los administradores en el momento de su desempeño laboral, e incluso del uso de las tics para alcanzar efectividad a la hora del desempeño público.

Es por eso que los resultados que arrojaron las encuestas, indican que se necesita el fortalecimiento comunicacional, a través de las técnicas y uso adecuado de ciertos parámetros de información, como la optimización estratégica de los murales informativos, para la ciudadanía.

Vale recalcar que es importante tener en cuenta que de nada sirve una óptima infra estructura y equipo de última generación, si no existe un verdadero sentido de compromiso hacia la entidad pública.

Tomado en cuenta que los cambios que se pretende hacer van más allá del costo de operación que esto importaría; más bien es el cambio cultural y trascendental que este tuviera que hacerse, como forma de cambio intrínseco para el buen desarrollo del GAD de Salinas.

Además para optimizar dichas estrategias comunicacionales, se estima que es necesaria una capacitación tanto de relaciones públicas y relaciones humanas, permitiendo un conocimiento preliminar de cuán importante es la buena comunicación y la atención al usuario.

Una vez puesto la atención y capacitación a las áreas de importancia del GAD de Salinas, se sugeriría la independencia del área de comunicación interna, sobre la de comunicación social, para optimizar las áreas internas netas de la municipalidad.

Muchos conocen el área de comunicación que se encarga de la parte informativa, en cuanto al accionar de obras, actividades sociales, turísticas y publicidad del alcalde.

Descuidando de algún modo el área de C.I, que es la encargada de la efectivización del correcto flujo de información, y la facultada de organizar y promover la buena comunicación tanto a nivel interno como externo de lo importante que se realizará en el GAD de Salinas.

A esto la falta de sentido de pertenecía hacia la institución que representan, ya que el 85% de los encuestados desconocen de los objetivos y la razón social como misión y visión del GAD de Salinas.

Demostrando una falta total de interés hacia su lugar de trabajo, esto es importante tener en cuenta, ya que dicho factor permite que se vincule

con más sentido de pertenecía hacia la institución, para ello es importante conocer los objetivos y la razón social del GAD de Salinas.

DIAGNÓSTICO

Luego de las encuestas y entrevistas realizadas tanto al personal y a los ciudadanos, se llegó a la conclusión que existe una deficiente falta de información tanto interna como externa, así como también se observó que no se maneja correctamente los espacios visibles del GAD de Salinas.

Como para la visualización óptima de informativos, al igual que las carteleras solo son utilizadas para informar de obras y reconocimientos públicos y muy poco la información interna necesaria.

Los resultados también arrojaron que existe un gran porcentaje de trabajadores públicos desconocen la visión y misión del GAD de Salinas es tanto el desconocimiento que un abrumador 85% y el restante optaron por decir cualquier cosa diferente o excusarse por ser nuevos en el área.

A esto debemos añadir que una de los recursos más utilizados en la actualidad para la información como son las redes sociales y tecnologías comunicacionales, no está siendo muy utilizada como se debería hacer, para fomentar ágilmente y masivamente alguna información.

Esta información sugiere que la C.I, y el clima organizacional merece un poco más de atención de lo que se está haciendo actualmente, con la presente propuesta, se busca apoyar la actual administración en el trabajo interno de los distintos departamentos del GAD.

Así, facilitar una sólida y exitosa función comunicacional reflejada no solo en el accionar interno si no también el externo como es el clima

organizacional, del cual muchos de los usuarios califican como bueno o malo el accionar administrativo.

FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA

En la presente investigación se refiere a la optimización de recursos y espacios, para lograr una comunicación más certera, dirigida claramente a los servidores públicos y los usuarios; al fin de lograr una efectiva comunicación interna, hará que el público perciba un clima organizacional seguro, mostrando una imagen de agrado y buen trabajo.

A todo este tipo de cambios de socialización tiene un interés en particular, no es más que integrar a todos quienes laboran en el GAD de Salinas, desde el señor conserje, guardianía y personal que se encuentra a diario laborando directa o indirectamente en la municipalidad.

Reflejando en los salínenses, una percepción positiva, permitiendo que el ciudadano tenga más confianza, y esto garantizará en las generaciones más jóvenes, una sólida y segura confianza en su alcaldía.

Para tal efecto es importante poner en marcha el plan de comunicación, que hará optimizar el actual método, para ello se necesita el cambio cultural que se describió con el uso de la comunicación 2.0, donde la comunicación y sus paradigmas de antaño cambian para reforzar nuevas estrategias.

Las mismas valorizan y priorizan el valor del trabajador público, con un plus adicional que es el cambio de actitud, tanto de alcalde, vicealcalde, directores departamentales, colaboradores institucionales, obreros y

más, todos ellos formaran parte de la nueva estructura donde “el cambio de cultura” es primordial, para crecer como institución.

Dichos cambios son a largo plazo, pero efectivos; en el plano social toda esta experiencia y nuevo cambio cultural permitirá, reeducar al ciudadano en general, demostrando que el buen trato hacia el colaborador, tiene sus frutos en la eficiencia y sentido de pertenecía al lugar de trabajo.

Esto de algún modo incentivará a otras organizaciones locales y las pondrán en práctica, propagando un cambio cultural generalizado, haciendo esto bien al cantón Salinas y la provincia en general.

FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA

En el momento de realizar las capacitaciones a los trabajadores públicos, se está dando apertura al conocimiento y la actualización, permitiendo así el desarrollo intelectual, marcando como eje principal el cambio de cultura.

Una vez que esto se socialice y prepare a las distintas áreas de trabajo, se irán desarrollando intereses más concretos, para el desarrollo y adecuada función organizativa.

Por otro lado las encuestas votaron datos, que existe pocas capacitaciones pero de forma muy superficial, con la propuesta que se plantea se ataca por dos frentes como son la de capacitar y la segunda de educar.

Gamal Duran Castellanos, director de comunicación del grupo financiero Santander, reconoce que la capacitación es una parte fundamental para el éxito, además indica que la experiencia en áreas como gestión permitirá tener mayor control de los empleados.

Las constantes capacitaciones permitirán al trabajador público tener mayor confianza y seguridad de sí mismos, esto afirmara en su diario labor y atención, mostrando una nueva actitud y aptitud en su área de trabajo.

Beneficiando así al personal como al GAD de Salinas, de este modo mostraran un producto nuevo, eficiente y más que nada capacitado, listo para poner en práctica y demostrar las técnicas y estrategias comunicacionales que hayan adquirido en dichas capacitaciones.

Del porque es importante estas capacitaciones, es que en las encuestas hechas a funcionarios del GAD de Salinas indican que en un 61% muy poco se ha difundido sobre la importancia de la C.I en la actual administración, demostrando la falta de conocimiento concreto de la misma.

A esto tómenos en cuenta que el 71% de los servidores públicos encuestados están de acuerdo en fortalecer la comunicación interna en las distintas áreas administrativas del GAD de Salinas, demostrando interés por conocer más sobre la C.I.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente propuesta está amparada y fundamentada en los siguientes artículos.

Constitución de la República del Ecuador

Art.27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto y los derechos humanos al medio ambiente sustentable y a la democracia, será participativa, obligatoria, intercultural y diversa de calidad y calidez, impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz.

Sección Tercera

Servidoras y Servidores Públicos

Art. 234.- El estado garantizará formación y capacitación continuas de las servidoras y servidores públicos a través de las escuelas, academias e institutos, academias y programas de formación o capacitación del sector público; y la coordinación con instituciones nacionales e internacionales que operen bajo acuerdos con el Estado.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General.-

Fortalecer la comunicación interna a través del uso de las estrategias comunicacionales en el GAD de Salinas, mediante la creación de un boletín informativo.

Objetivos Específicos.-

- Concientizar al personal el sentido y de pertinencia de lo importante que es tener noción sobre el direccionamiento estratégico institucional, como la misión y visión;
Y que se lo detalla en el boletín como parte fundamental de la propuesta.
- Llegar con dicho boletín informativo al personal no solo de oficinas, si no que trabajan exteriormente en las calles como cuadrillas, el personal de seguridad y de limpieza, para que sientan el compromiso y conozcan de los objetivos del GAD y puedan realizar un mejor trabajo.
- Dar a conocer a los que forman partes del GAD de Salinas, la importancia que tiene el adoptar estrategias comunicacionales de cambio cultural, como es La Comunicación 2.0 que aborda una tendencia que se utiliza, hoy por hoy, en el ámbito social

administrativo, con el fin de mejorar la inter actividad de información entre los distintos mandos.

- Informar sobre las actividades internas y del accionar del municipio, plasmada en los boletines informativos, los cuales llegarán a todo el personal.

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

FINANCIERA.-

cantidad	Materiales	Valor unitario	Total
1	Impresora	150.00	150.00
1	Cámara fotográfica	250.00	250.00
1	Resma de papel cuché	50.00	50.00
4	Cartuchos de tinta continua	10.00	40.00
1	Lapto	1.200	1.200
			1.690

Elaborado por: José Luis Chandí, Byron Suarez

Es importante aclarar que este presupuesto solo justifica el gasto de capacitadores y su entorno, en caso de realizarse la misma.

FACTIBILIDAD LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

LEY DE TRANSPARENCIA

Art. 7.- Difusión de la Información Pública.-

Por la gestión de la administración, que están obligadas a observar todas las instituciones, del estado, que conforman al sector de los términos, del art. 118 de la Constitución Política de la república y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente ley, difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios de información necesarios, a disposición del público, implementados en las mismas instituciones, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta ley se la considera de naturaleza obligatoria.

Sección Tercera

Servidoras y Servidores Públicos

Art. 234.- El estado garantizará formación y capacitación continuas de las servidoras y servidores públicos a través de las escuelas, academias e institutos, academias y programas de formación o capacitación del sector público; y la coordinación con instituciones nacionales e internacionales que operen bajo acuerdos con el Estado.

LOSEP

(Ley Orgánica del Servicio Público)

Cap. VI

DE LA FORMACIÓN Y LA CAPACITACIÓN

Art.195.- El subsistema de capacitación y formación del sector público constituye el conjunto de políticas y procedimientos para regular los estudios de carrera del servidor público para alcanzar capacitación, destrezas y habilidades que podría realizar las y los servidores públicos acorde con los perfiles ocupacionales y requisitos que se establezcan en los puestos de una organización, que se aseguran la consecución del portafolio de productos, servicios institucionales, su planificación y los objetivos en el plan nacional de desarrollo.

Art. 196.- Delos objetivos de la capacitación y formación profesional

Los objetivos de la capacitación serán los siguientes:

- a) Contar con servidores y servidoras con formación y capacitación técnica, profesional o con especialización de cuarto nivel, vinculadas con las necesidades y objetivos institucionales y nacionales.
- b) Propender a la generación de conocimiento científico a través de la investigación aplicada a campos de interés nacional.
- c) Generar el desarrollo de capacidades, destrezas y habilidades en los servidores públicos.

Art. 197.- De los responsables de la capacitación y formación profesional.-

La capacitación y formación estará bajo la responsabilidad de un comité interinstitucional integrado por las siguientes instituciones: la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, el Ministerio de Relaciones Laborales y el Instituto de Altos Estudios Nacionales, quienes establecerán la política nacional de capacitación y formación del sector público. Las normas técnicas para la aplicación de sus disposiciones serán emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales, sin perjuicio de otras que se emitan para el efecto.

Los demás organismos que conformen la Red Nacional de Formación y Capacitación de las y los servidores públicos, deberán cumplir las políticas, normas y procedimientos que se establezcan según su naturaleza, para lo cual podrán celebrar convenios con otras instituciones de educación, capacitación o formación.

Las UATH de las instituciones que se encuentran en el ámbito de la LOSEP, serán las encargadas del cumplimiento de las políticas y normas, así como de la coordinación institucional de las actividades,

procedimientos y disposiciones relativas a la formación de las y los servidores públicos.

FACTIBILIDAD TÉCNICA

Para efectos de este trabajo, se debe realizar una estrategia planificada o quizás asumirla como necesaria para poder atacar el mal de raíz, y me refiero al mal especialmente a las fallas comunicacionales que hay tanto internas como externas.

Dicha propuesta tiene el fin de corregir las fallas comunicacionales que hay y también las de optimizar la intranet y extranet, para obtener resultados halagadores en cuanto a la función comunicacional interna como el clima organizacional de la misma.

Esta propuesta es factible, debido a los conocimientos previos sobre la temática, y de lo importante que es en una organización la comunicación adecuada en todos sus sentidos.

Esta propuesta para tener la eficiencia y respaldo que necesita, se debe apoyar en la experiencia de los capacitadores expertos en el área, además el uso correcto de la información en todas sus áreas.

Tomando en cuenta que una capacitación al personal, en cualquier ámbito debe tener el conocimiento previo de ciertos entes reguladores del estado, para ello se guíaran en los resultados obtenidos en las encuestas ya realizadas donde demuestran las fallas que tienen.

Básicamente esta propuesta en el caso de ser tomada en cuenta estará abalada y dirigida por el Ministerio de Educación, Secretaria Nacional de Desarrollo y la Unidad de Administración de Talento Humano entre otros.

Las medidas de cambio propuestas son factibles, mejorará totalmente la imagen pública del GAD de Salinas, además los cambios internos se reflejarán en la actitud y aptitud de las y los trabajadores públicos.

En cada uno de los accionares que estos tomen, se notará el cambio cultural que se pretende hacer en cuanto a la comunicación 2.0, donde el alcalde, vicealcalde, directores de cada departamento, y colaboradores públicos, se guiarán por el marco de las nuevas comunicaciones organizacionales.

Los puntos a mejorar son: uso adecuado de murales informativos tanto el lugar como su diseño, que debe ser más vistoso al usuario y a los servidores públicos, también el uso masivo de las tecnologías (intranet y extranet) y por supuesto las capacitaciones en RR.PP y RR.HH.

RECURSOS HUMANOS

En cuanto a la diagramación, puesta de información interna y externa e impresión del boletín informativo, se encargará el personal del área de comunicación ya que es la llamada para hacer este tipo de información impresa esto cada vez que la información que se tenga sea de total interés para todo el personal del GAD de Salinas.

Para llevar a cabo la propuesta de las capacitaciones y la información distribuida por medio del boletín informativo se necesita el apoyo total de las autoridades municipales, en especial de los servidores públicos, quienes serán los beneficiados de este tipo de charlas o capacitaciones, totalmente regido y abalado por las normativas correspondientes en la Ley Orgánica del Servicio Público (LOSEP) y el Ministerio de Relaciones Laborales.

Para la realización de este proyecto, se contará con los capacitadores expertos en el área de comunicación, y de ser posible un experto del área de Comunicación Social que se encuentre laborando en el GAD de

Salinas, para que equilibre la balanza de lo que es factible o no, de acuerdo a las necesidades y capacidades de la misma.

Así se podrá realizar una guía directa sobre quiénes y que direcciones administrativas deben mejorar en cada uno de los ámbitos sean estos comunicacionales o del uso de tecnologías de la información.

A esto, se podría añadir que en caso de reducir costos y viáticos innecesarios, se conseguiría sumar la experiencia de directivos o colaboradores que manejen el tema y el área de comunicación, para que puedan desempeñar las funciones de capacitadores en las áreas que corresponde, según las debilidades ya antes mencionadas.

Todo esto con el afán de sumarnos al buen accionar de la actual administración, para mejorar aún más de lo que se ve en el GAD, ya sea esta los públicos internos o externos, con el compromiso de conseguir un clima organizacional no perfecto pero si comprometido al cambio y mejora diaria, para el desarrollo del cantón Salinas y sus habitantes.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Optimización del uso de estrategias comunicacionales internas para mejorar el clima organizacional del GAD de Salinas, mediante la creación de un boletín informativo

La presente propuesta tiene como objetivo llegar a todo el personal, y que mejor manera que acercándoles con boletines de información interna y externa de lo que acontece en el GAD de Salinas, propuesta que optimiza y propone un sentido de pertenencia al lugar que representan todos quienes dan servicio en él.

Además esto plantea un cambio cultural en lo que es comunicación, con la socialización de la **Comunicación 2.0** para esto la previa

capacitación es importante para delinear y acercar las metas y objetivos trazados por el gobierno municipal.

Los puntos para mejorar como estrategias comunicacionales son las siguientes: uso adecuado y efectivo de las tecnologías de comunicación como son la intranet y extranet, usar con más fuerza todas las líneas de comunicación que brindan los servicios de internet.

A esto sumar las nuevas tendencias de comunicación 2.0 para implementar el cambio de cultura; esto es importante en el ámbito laboral, ya que siempre influenciará en los colaboradores el buen trato, como si fuera un plus para incentivar y arrojar buenos resultados, todo por ese espíritu de confianza y trato entre jefe y colaboradores.

También complementar con la optimización de espacios, para dar uso a las carteleras informativas, donde se debería poner información relevante y no solo publicidad del Alcalde, darle nuevos aires a las carteleras para que sean más llamativas y visibles tanto para el usuario como para el servidor público.

Y para complementar las estrategias comunicacionales ya mencionadas, capacitar al personal del GAD de Salinas, en temas específicos como: relaciones públicas y relaciones humanas, necesarias para la formación completa del servidor público.

Dicho accionar está encaminado para el fortalecimiento y ayuda de la actual administración que está en buen camino, pero tampoco haría mal en implementar este tipo de propuestas, más aun si se ha hecho un seguimiento y trabajo de investigación sobre la problemática planteada.

Por lo tanto esta propuesta está pensada para brindar un apoyo a las y los servidores públicos del GAD de Salinas, y con ello fortalecer las redes de información interna y externa fomentando un trabajo de servicio público de excelencia.

Todo esto a quienes son la razón de ser de toda organización social, sea público o privado, **el ciudadano**, el usuario que siempre está en busca de compatibilizar con el accionar municipal de su ciudad.

Pero esto muchas veces lo impiden los malos tratos, las injusticias, las largas colas injustificadas, malos servidores públicos, pésima atención, desconocimiento de las herramientas tecnológicas, falta de información visual, capacitación y mucho más que hacen que el ciudadano común pierda la esperanza en sus “representantes”.

Recomendaciones Generales para optimizar la propuesta

- Capacitar al personal con especialistas en el área de RR. PP, para fortalecer el trato hacia los ciudadanos y RR.HH, para incentivar a los públicos internos, de la importancia que tiene en usar bien las estrategias de comunicación interna.
- El uso a corto y largo plazo de la Comunicación 2.0, traería buenos resultados, y aporte cultural fresco sobre el manejo de las C.I, en cada uno de los departamentos del GAD de Salinas.
- La optimización de las Tics, y uso efectivo de las redes sociales para ganar al público joven y profesional que se encuentra acostumbrado a la información y comunicación por internet.
- Buscar la manera de complementar el área de comunicación social, con la de comunicación interna, para fortalecer los objetivos del GAD de Salinas, y no descuidar el flujo de información óptima y necesaria, tanto para usuarios como para los servidores públicos.
- Incentivar al trabajador público, a socializar e interiorizar el valor que tiene las razones sociales y objetivos del GAD como misión y visión,

para fortalecer el sentido de pertenencia de sus funciones diarias, reflejando que todos buscan un mismo objetivo.

DESCRIPCIÓN DEL BOLETÍN INFORMATIVO

El boletín consta de la portada principal, que será la principal ya que ahí contendrá las estrategias y objetivos del GAD como son la misión y visión.



Se divide en dos hojas, cada lado AMBERSO Y REVERSO estará impreso las leyes y articulados de la LOSEP y la Constitución.

Segunda página, descripción de las actividades interna del GAD



Tercera página, descripción de las actividades externas e internas del GAD.



El boletín, informativo tiene las siguientes características, las cuales detallamos a continuación. La portada, página principal del boletín está dividida en cuatro partes, en el lado superior izquierdo está el logo de la alcaldía seguida de una foto panorámica de la misma y la información de la comunicación 2.0

Cada página es de formato A 4, de 8.27 cm de ancho por 11.69 cm de largo, impreso en papel couche, de forma que estas hojas darán la impresión de una hoja común de boletín, pero al momento de abrirlos se despegara 3 lados.

En el siguiente cuadro superior derecho está el título de boletín informativo con letras rojas, para mayor visibilidad, en el mismo cuadro se encuentra detallado la misión y visión del GAD municipal.

En el siguiente cuadro de la parte inferior izquierda, se encuentra detallado los objetivos estratégicos del GAD. Junto con el objetivo general ubicado en la mitad de ambos cuadros del lado inferior del boletín.

Y en el lado derecho de la parte inferior del boletín se encuentra detallado el porqué de la información institucional y cuál es su objetivo de ponerla a consideración general de todo el personal municipal.

Bibliografía

- <http://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>. (2007-2014). Recuperado el 5 de Septiembre de 2014, de <http://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>: <http://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>
- <http://deconceptos.com/general/difusion>. (2014). Recuperado el 5 de Septiembre de 2014, de <http://deconceptos.com/general/difusion>: <http://deconceptos.com/general/difusion>
- Arriagada, J. M. (30 de marzo de 2013). *Inside.com*. Recuperado el 27 de diciembre de 2014, de slideshare.com: <http://es.slideshare.net/jmarriagada/origen-y-evolucion-de-la-comunicacion-interna#>
- Arru, M. (3 de diciembre de 2014). *América Economía*. Recuperado el 2 de diciembre de 2014, de analisis y opinion: <http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/comunicacion-interna-una-oportunidad-de-mejora-para-la-empresa>
- Asamblea. (22 de junio de 2013). Recuperado el 18 de Septiembre de 2013, de <http://www.andes.info.ec/sites/default/files/pdf/ley-organica-comunicacion-publicada-registro-oficial.pdf>.
- Asamblea Nacional Constituyente. (29 de Julio de 2008). www.asambleanacionalconstituyente.gov.ec. Recuperado el 10 de Agosto de 2013
- Asamblea Nacional Constituyente. (Sábado de Agosto de 2013). www.asambleaconstituyente.gov.ec. Recuperado el 10 de Agosto de 2013
- Carlos Eduardo Vásquez. (1997). <https://sites.google.com/.../fundamentos-de-la-comunicacion-corporativa>. Recuperado el Domingo de Agosto de 2014, de <https://sites.google.com/.../fundamentos-de-la-comunicacion-corporativa>: sites.google.com/site/comunicorpora/unidades/comunicacion-y-organizaciones/fundamentos-de-la-comunicacion-corporativa
- Constitución Política del Ecuador. (2008). *Constitución*. Montecristi.
- Constituyente, A. N. (1995). *Ley de Radiodifusión y Televisión*. Quito.
- Constituyente, A. N. (25 de Junio de 2013). www.registrooficial.gov.ec (*Ley Orgánica de Comunicación*). Recuperado el 10 de Agosto de 2013
- Constituyente, Asamblea Nacional. (29 de julio de 2008). Recuperado el 17 de septiembre de 2013

David, T. C. (2012). PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA PARA LA PARROQUIA SAN JUAN. LATACUNGA, COTOPAXI, ECUADOR.

departamento de economía y empleo. (2012). Plan diferencial de promoción turística de Aragón. Aragón, España.

Diccionario Enciclopédico. (2009). *Diccionario Enciclopédico*. Larousse.

Dr. Paúl Capriotti. (13 de Agosto de 1999).

http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf. Recuperado el 10 de Agosto de 2014, de

http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf:

http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf

Dr. Raúl Capriotti. (1999). Comunicación Corporativa, una estrategia de éxito a corto plazo. *Reporte C&d (Capacitación y Desarrollo*, 1.

Formanchuk, A. (2010). *Formanchuk y asociados*. Recuperado el 2 de noviembre de 2014, de Formanchuk y asociados: <http://formanchuk.com.ar/todosignifica/wp-content/uploads/E-book-Comunicacion-interna-2.0-Alejandro-Formanchuk.pdf>

Garcés, M. G. (2010). *Cómo elaborar una tesis*.

Garcés, M. G. (2010). *Cómo elaborar una tesis*.

Garcés, M. G. (s.f.). *Como desarrollar una Tesis Pág.51-52*. Quito-Ecuador .

Garcés, M. W. (2010). *Como desarrollar una Tesis*.

Garcés, W. G. (2010). *Cómo elaborar una tesis*.

Garcés, W. G. (2010). *Cómo elaborar una Tesis*.

Garcés, W. G. (2010). *Como elaborar una tesis* .

Garcés, W. G. (2010). *Cómo elaborar una tesis* .

Garcés, W. G. (2010). *Cómo Elaborar una Tesis* .

Garcés, W. G. (2010). *Cómo elaborar una Tesis*.

Grupo Consultivo, Organización de las Naciones Unidas. (2011). *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador : GRAFICAS.

Herminia Marín Castillo. (2012). *Introducción a los Recursos Turísticos. Recursos Turísticos, 2*.

<http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>. (s.f.). Recuperado el 5 de Septiembre de 2014, de <http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>:
<http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>

<http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>. (s.f.). Recuperado el 5 de Septiembre de 2014, de <http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>:
<http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>

<http://definicion.de/comunicacion/>. (s.f.). Recuperado el 5 de Septiembre de 2014, de <http://definicion.de/comunicacion/>: <http://definicion.de/comunicacion/>

Jaramillo, J. (14 de Junio de 2013). *La Ley de Radiodifusión y Televisión de Ecuador, que data de la dictadura, no contempla responsabilidad social*. Recuperado el 20 de Julio de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/actualidad-sociedad/ley-radiodifusion-television-ecuador-no-tenia-responsabilidad-social-html>.

Jorge Escobar Fernandez. (2008).

Karl Buhler. (Jueves de Septiembre de 2011).

<http://marthalutzenia.blogspot.com/2011/09/funciones-del-lenguaje-segun-karl.html>. Recuperado el Domingo de Agosto de 2014, de <http://marthalutzenia.blogspot.com/2011/09/funciones-del-lenguaje-segun-karl.html>: <http://marthalutzenia.blogspot.com/2011/09/funciones-del-lenguaje-segun-karl.html>

Lara, J. R. (11 de noviembre de 2014). *Alto Nivel.com.mx*. Recuperado el 7 de diciembre de 2014, de [alto nivel .com.mx: http://www.altonivel.com.mx/46947-3-tendencias-hacia-la-comunicacion-interna-2.0.html](http://www.altonivel.com.mx/46947-3-tendencias-hacia-la-comunicacion-interna-2.0.html)

Montejano, L. C. (Abril de 2007). "RESPONSABILIDAD DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS". *"RESPONSABILIDAD DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS"*. México DF, DF, México: Centro de Documentación, Información y Análisis.

Montejano, L. C. (Abril de 2007). "RESPONSABILIDAD DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS". *"RESPONSABILIDAD DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS"*. México, DF, México: Centro de Documentación, .

Ortiz, F. (2009). *Historia de la radio*. <http://fer-ortiz.lacocelera.net/post/2009/05/historia-de-la-radio-fernando-ortiz-vizuetemayo-2009>.

Pinoargote, J. (Diciembre de 2010). <http://vozdelapeninsula.blogspot.com/2010/12/breve-historia-de-la-radio-la-voz-de-la.html>. Recuperado el 22 de Julio de 2013, de <http://vozdelapeninsula.blogspot.com/2010/12/breve-historia-de-la-radio-la-voz-de-la.html>.

Rodríguez Rowe M. Verónica. (2008). *Comunicación Corporativa: un derecho y un deber*. Chile: RIL Editores.

SECRETARIA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES. (s.f.). ESTRATEGIA NACIONAL PARA UN DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO. MÉXICO.

SENPLADES. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito : SENPLADES.

Thompson, I. (Octubre de 2008). *Promonegocio s.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

ABC: http://www.definicionabc.com/general/efectividad.php#ixzz2fMMJNd_cW

Definición de método deductivo - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/metodo-deductivo/#ixzz2fMNig4QR>

Asamblea Nacional Constituyente (29 de julio del 2008)

www.asambleanacionalconstituyente.gov.ec.

Garcés, M. W. (2010). *Como desarrollar una Tesis*.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. (s.f.). Obtenido de <http://lema.rae.es/drae>

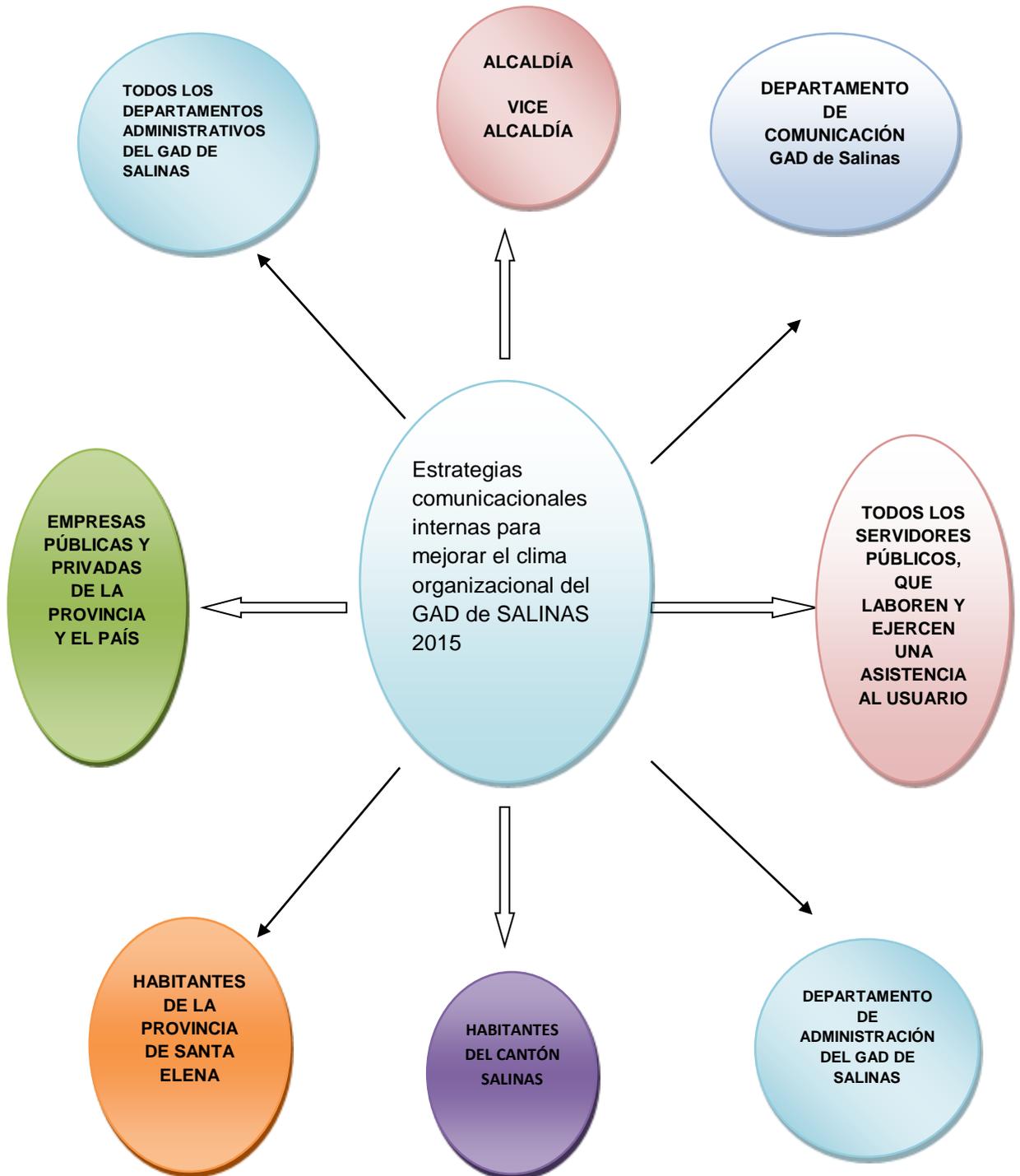
[http://formanchuk.com.ar/todosignifica/wp-content/uploads/E-book-](http://formanchuk.com.ar/todosignifica/wp-content/uploads/E-book-Comunicacion-interna-2.0-Alejandro-Formanchuk)

[Comunicacion-interna-2.0-Alejandro-Formanchuk](http://formanchuk.com.ar/todosignifica/wp-content/uploads/E-book-Comunicacion-interna-2.0-Alejandro-Formanchuk).

N.	AUTORES	OBRAS	EDITORIAL	AÑO DE PUBLICACIÓN
2	MSC WILSON GONZALO PAREDES GARCES	COMO DESARROLLAR UNA TESIS	S&S	2010
3	JOSE JOAQUIN BRUNNER	COMUNICACIÓN MASIVA, OPINIÓN PÚBLICA Y POLÍTICA	SERIE FLACSO	1996
4	LIC. CLAUDIA GAMBOA MONTEJANO INVESTIGADORA PARLAMENTARIA LIC. SANDRA VALDÉS ROBLEDO ASISTENTE DE INVESTIGADOR	RESPONSABILIDAD DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS	Centro de Documentación, Información y Análisis	2007
5	EVALUACIÓN Y CALIDAD. GOBIERNO DE NAVARRA.	METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DE PLANES DE COMUNICACIÓN	EVALUACIÓN Y CALIDAD. GOBIERNO DE NAVARRA	2011

ANEXOS

MATRIZ DE INVOLUCRADOS



Formato de encuesta para los Servidores Públicos del GAD de Salinas



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Encuestas para el personal Administrativo del GAD de Salinas

Información que ayudará a identificar *posibles falencias en la comunicación interna* del GAD de Salinas.

Responder con un visto (/) en el área que crea pertinente o si tiene otra respuesta escribirlo en el área que dice **otros**.

1.- ¿Qué piensa de la comunicación interna que se maneja en su departamento?

- Excelente

- Buena

- Mala

- Pésima

-

Otros.....

2.-La comunicación interna influye en el buen desempeño de las funciones administrativas.

- Poco

- Está de acuerdo

- Es probable

3.- La comunicación interna se debería fortalecer en los departamentos del GAD de salinas.

- De acuerdo
 - Des acuerdo
 - Le es indiferente
 - Otros.....
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |

4.- Existen falencias de comunicación interna en su departamento

- Si
 - No
 - Pacas
 - Otros
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |

5.- Se ha difundido alguna vez, en esta administración sobre la importancia que tiene la comunicación interna en una organización

- Si
 - Nada
 - Poco
 - Otros.....
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |

6.- Está satisfecho(a) en su lugar de trabajo

- si
 - No
 - Le es indiferente
 - No sabe
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN SALINAS.



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA HACIA LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN SALINAS.

LA CUAL NOS AYUDARÁ A IDENTIFICAR, EL COMO PERCIBIMOS LA ATENCIÓN Y COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL GAD DE SALINAS.

Conoce al alcalde de Salinas

Si

No

Conoce usted los servicios que brinda el municipio de salinas

Si

No

Poco

La información que brinda el GAD de salinas es

Bueno

Regular

Deficiente

No sabe

¿Cómo califica la atención brindada por el municipio de salinas?

Buena

Mala

Regula

¿Cómo percibe usted la comunicación entre los integrantes del GAD de Salinas?

Bueno

Regular

Deficiente

Está satisfecho de los servicios que brinda el GAD de Salinas

Si

No

Pocas veces

Está satisfecho de la atención de los servidores públicos del municipio de salinas

Si

No

Conoce delos proyectos y programas que desarrolla el GAD de Salinas

Si

No

GRACIAS POR SU HONESTIDAD.

Entrevista al Director de el área de Comunicación Social del GAD de Salinas

Lic. Eduiardo Hesney



Funcionario Público desarrollando las preguntas de la encuesta.





Imágenes del actual Municipio de Salinas.





Imágenes del anterior Municipio de Salinas (hoy en reparaciones)



Imágenes de espacio no bien utilizado en cuanto a su información



Espacios no utilizados



Carteleros con poca visibilidad y atractivo visual



Eslogan publicitario de la Alcaldía de Salinas.



Ubicación de Salinas en la Península de Santa Elena.





Validación de la propuesta por el ing. Dennis Rodríguez
Administrador del GAD de Salinas.

4460
Copia Alcalde

Salinas, 28 de abril del 2015

Sr. Daniel Cisneros
ALCALDE DEL CANTÓN SALINAS
Presente.

En su despacho:

Los estudiantes, José Luis Chandi con CI.1003011994 y Byron Suárez Coronado, con CI. 0921691507 egresados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, nos permitimos solicitar a usted, pudiera validar nuestra propuesta de tesis de grado con el personal que crea usted que es el adecuado; tema "**Estrategias Comunicacionales Internas para mejorar el Clima Organizacional del GAD de Salinas**" Para esto tuve el apoyo incondicional del personal administrativo al recoger los datos necesarios y poder llegar a las conclusiones y propuesta planteadas en nuestro trabajo de titulación.

Pd. A la presente añado una copia de la propuesta hecha y su descripción.

Sin más que añadir anticipo mis agradecimientos por su apertura y favorable respuesta, sin antes augurar éxitos en su acertada administración.

Atentamente



José Luis Chandi
CI. 1003011994



Byron Suarez Coronado
CI. 0921691507

GOBIERNO AUTÓNOMO DELEGADO
MUNICIPAL SETI 1009
RECIBIDO
28 ABR 2015
SECRETARÍA GENERAL
RECIBIDO POR *Eugenio Itho*



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

FICHA TECNICA DEL VALIDADOR

Evaluador	Apellido Nombre	Cédula de Ciudadanía	Fecha	Firma
	RODRIGUEZ DENNIS	0913031423	06-05-15	
	Profesión	Cargo	Teléfono	Reg. SENESCYT
	ING. QUIMICO	DIRECTOR ADMINISTRATIVO	2940004	

MS: Muy Satisfactorio (10%) S: Satisfactorio (9%) PS: Poco Satisfactorio (8%) M: Mejorable (7%)

No.	Criterios de validación (Contenido / estructura)	MS	S	PS	M
1	El tema de la propuesta con sus componentes	X			
2	Justificación de la propuesta		X		
3	Formulación del Diagnóstico	X			
4	Fundamentación Teórica de la propuesta		X		
5	Formulación de objetivos de la Propuesta	X			
6	Factibilidad / descripción de la Propuesta	X			
7	Existe sustentabilidad en la propuesta	X			
8	El contenido de la propuesta es pertinente para el mejoramiento de la temática.	X			
9	Existe coherencia en la estructura de la propuesta	X			
10	La aplicabilidad de la propuesta dará cumplimiento a los objetivos propuestos.	X			
SUBTOTAL					

CALIFICACIÓN DE LA VALIDACION DE LA PROPUESTA 98 /100%

Agradecido por su colaboración.

