



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADOS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Título

“IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DEL
CANTÓN ESMERALDAS (GADMCE)”

Previo a la obtención del título de Magister en Gestión de Talento Humano

Línea de Investigación

Comunicación y Gestión Administrativa

Autor/(a): Lic. Andrea Jeannine Chere Quiñónez

Asesor: PhD. Mercedes Sarrade Pelaez

Esmeraldas - Ecuador

Diciembre 2020

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de “Magíster en Administración de Empresas, mención Planeación”

“IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN ESMERALDAS (GADMCE)”

HOJA DE APROBACIÓN

Lic. Andrea Jeannine Chere Quiñónez

PhD. Mercedes Sarrade Pelaez f. _____
DIRECTOR DE TESIS

Mgt Darío Cedeño Barrezueta f. _____
LECTOR 1

Mgt Johanna Gabriela Cisneros Palacios f. _____
LECTOR 2

Mgt. Yanina Bazurto Roa f. _____
COORDINADORA DE POSTGRADO

Mgt. Puente Holguín David
DIRECTOR UNIDAD POSTGRADO f. _____

Mgt. Alex David Guashpa Gomez f. _____
SECRETARIA GENERAL

Esmeraldas, Ecuador

Diciembre, 2020

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Lic. Andrea Jeannine Chere Quiñónez, portadora de la cédula de ciudadanía N° 080323985-4, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Magister en Gestión de Talento Humano, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones, los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Lic. Andrea Jeannine Chere Quiñónez

CI.: 0803239854

CERTIFICACIÓN

Yo, PhD. Mercedes Sarrade Pelaez, en calidad de Director de Tesis, cuyo título es “Importancia de la Comunicación Institucional en el Gobierno Autónomo descentralizado del Municipio de Cantón Esmeraldas, (GADMCE)”

Certifico que las sugerencias realizadas por el Tribunal de Tesis, han sido incorporadas al documento final, por lo que autorizo su presentación ante el Tribunal del Grado.

El porcentaje de plagio obtenido en el informe URKUND es de.....

PhD. Mercedes Sarrade Pelaez
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA:

A DIOS: por haberme dado la vida y los conocimientos para poder llegar a culminar mis estudios y poder servir mejor a mi prójimo.

A mi madre Marlene Quiñonez Montaña cuya partida cambió mi vida pero que siempre constituyó el pilar más importante con su apoyo con sus consejos con su cercana compañía con su amor incondicional que me inculcó el verdadero valor de la existencia en la tierra y la importancia de prepararse en todo sentido incluso para partir de ella. A esta mujer que sin duda fue el Ángel que envió Dios para enseñarme que hay que trabajar correctamente y con responsabilidad para conseguir lo que quieres y salir adelante en los avatares de la vida.

A todos quienes están y estuvieron involucrados en esta etapa de mi vida

A ellos, este trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado paciencia y sabiduría para culminar con éxito mi trabajo.

A la PUCESE por la oportunidad brindada a los profesionales que buscan mejorar y adquirir conocimientos nuevos

A los facilitadores de la maestría: por sus conocimientos inculcados en nosotros los maestrantes, y que en mi particular sabré aplicarlos con toda responsabilidad en mi desempeño profesional.

A mi Asesora y Lectores de la tesis: por su guía y tiempo dedicado a este mi trabajo.

A mis hijos y esposo por el tiempo que representó dejarlos solos para asistir a clases y haberme soportado durante el tiempo que estuve ausente de ellos, por prepararme y luego retribuirles con el fruto de mi trabajo.

A mi familia en general por ese ánimo a continuar a pesar de las adversidades

A todos y cada uno de ellos y quienes de forma directa e indirecta han influido en esta fase de mi vida

A todos ellos va dedicado este trabajo.

Mil gracias.

INDICE

Portada	
Hoja de aprobación	ii
Declaración de autenticidad	iii
Certificación	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice	vii
Resumen	ix
Abstract	x
CAPÍTULO I	11
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Presentación del tema	11
1.2. Planteamiento y formulación del problema	12
1.3. Formulación del problema	12
1.4. Justificación	12
1.5. Objetivos	13
Objetivo General:	13
Específicos:	14
CAPÍTULO II	14
2. MARCO TEÓRICO	15
2.1 La comunicación	16
2.2 Tipos de comunicación	18
2.3 Importancia de la comunicación en las relaciones interpersonales	22
2.4 Redes de comunicación en el GADMCE	23
2.5 Antecedentes	28
2.6 Fundamentación legal	28
CAPÍTULO III	28
Metodología	29
3.1 Técnica e instrumento	30
3.2 Universo y muestra	30
3.3 Recogida de Datos	31

CAPITULO IV	30
4.1 Análisis	30
4.2 Resultados	34
4.3 Discusión	34
CAPITULO V	36
5.1 Conclusiones	37
5.2 Recomendaciones	38
Bibliografía	36
Anexos	

RESUMEN

“Importancia de la Comunicación Institucional en el Gobierno Autónomo descentralizado del Municipio de Cantón Esmeraldas, (GADMCE)”. He realizado el este trabajo de campo con la finalidad de mejorar la comunicación interna en la Ilustre Municipalidad de Esmeraldas; ya que la comunicación, es el único método para intercambiar ideas, conocimientos y sugerencia, y a través de ésta se podrá realizar una selección, evaluación y capacitación de los gerentes, directores y de todos los miembros que laboran en la institución, para que así puedan desempeñar correctamente sus funciones. La comunicación interna. Dentro de una institución, desempeña un rol esencial ya que es un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos. (Fernández, 1999). Dentro de la Comunicación interna se analiza las funciones y herramientas de la misma, ya que cada una de ellas sirve como medio para conocer las necesidades, sugerencias y críticas que tiene cada miembro de la institución y así poder dar solución a los acontecimientos que se presenten. En base a las entrevistas especializadas, encuestas y a la observación comprobaremos si la Unidad de Comunicación Social utiliza o no herramientas y estrategias de comunicación interna eficaces para llegar a la mayor parte de la audiencia interna y a la sociedad en general. El estudio, sirve para aportar con propuestas y soluciones de comunicación interna hacia la Institución.

ABSTRACT

"Importance of Institutional Communication in the decentralized Autonomous Government of the Municipality of Canton Esmeraldas, (GADMCE)". I have carried out this field work in order to improve internal communication in the Illustrious Municipality of Esmeraldas; Since communication is the only method for exchanging ideas, knowledge and suggestions, and through this, a selection, evaluation and training of managers, directors and all the members who work in the institution can be carried out, so that they can perform their duties correctly. Internal communication. Within an institution, it plays an essential role since it is a set of techniques and activities aimed at facilitating and speeding up the flow of messages that occur between the members of the organization, or between the organization and its environment; or else, to influence the opinions, attitudes and behaviors of internal audiences. (Fernández, 1999). Within Internal Communication, its functions and tools are analyzed, since each one of them serves as a means to know the needs, suggestions and criticisms that each member of the institution has and thus be able to solve the events that arise. Based on specialized interviews, surveys and observation, we will check whether or not the Social Communication Unit uses effective internal communication tools and strategies to reach the majority of the internal audience and society in general. The study serves to contribute proposals and solutions for internal communication towards the Institution.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.1. Presentación del tema

El ser humano para ejecutar sus actividades de una forma enérgica ha percibido diferentes necesidades de comunicación tanto en el terreno personal, como en el profesional, por lo que se hace necesario estar al tanto de todo aquello que afecte al desarrollo de dichas actividades. Esto equivale operar mensajes orales o escritos caracterizados por su cantidad, heterogeneidad y esparcimiento; por otra parte, resulta perjudicial no mantener una comunicación adecuada que permita estar a tono con la realidad de su entorno.

El trabajo investigativo presenta como tema “La importancia de la comunicación institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Esmeraldas”, cuya administración actualmente gestiona recursos mediáticos e impresos para información en la generación de servicios como agua potable, alcantarillado, policía municipal, agentes de tránsito, servicios de pagos online, gestión de riesgos ante amenazas de desastres naturales, entre otros tipos de servicios.

Por otro lado, mediante este trabajo de investigación se busca hacer notar cuán importante es la comunicación en instituciones de esta naturaleza, dado que ella se convierte en la esencia de la actividad organizativa, haciéndola imprescindible para el funcionamiento y la gestión administrativa; entendiéndose, que la comunicación mejora la competitividad y por supuesto alinea al ente corporativo a los diferentes cambios, facilitando el logro de objetivos y metas preestablecidas.

Definitivamente la comunicación es el eje transversal que permite mejorar la gestión administrativa dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del Cantón Esmeraldas.

1.2. Planteamiento y formulación del problema

En la sociedad actual, dentro del contexto administrativo y de gestión corporativa, cuando la tecnología invade la vida cotidiana, se hace urgente y necesario que los administradores de los gobiernos autónomos descentralizados busquen alternativas comunicacionales para aprovechar toda esta gama de conocimientos en pro de mejorar los procesos administrativos que les

permitan gestionar de manera eficiente sus políticas, las estrategias y las actividades programadas para beneficiar y brindar servicios a la colectividad de manera equitativa e incluyente.

Cabe resaltar, que la vida habitual, y la de las nuevas generaciones se configura mediatizada e inducida por los nuevos estilos de vida, de procesamiento de la información, de intercambio, de expresión y de acción; donde las Tecnologías de la información y la Comunicación, (TICs), han favorecido una evolución significativa y por supuesto han contribuido al desarrollo de nuevas hipótesis que gravitan en el desarrollo social de un pueblo.

Formulación del problema

¿Cuáles son las estrategias comunicacionales utilizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Esmeraldas para interactuar con los sectores sociales?

Al ser este un tema de actualidad e importancia para el desarrollo de actividades y procesos administrativos, se puede plantear las siguientes interrogantes:

1. ¿Qué elementos externos e internos del contexto comunicacional son tomados en cuenta para la comunicación institucional?
2. ¿Cuáles son los canales de comunicación empleados para informar adecuadamente sobre las políticas y actividades al interior y exterior de la administración?
3. ¿De qué manera se evalúa la eficiencia del plan de comunicación organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado municipio del cantón Esmeraldas?

1.3. Justificación

Con el trabajo de investigación que se pretende llevar a cabo, aparece del interés de conocer e informar cuán importante es la comunicación institucional en el hacer cotidiano; más aún, cuando el GADMCE es parte de los entes de servicio a la comunidad y se hace recurrente que los conciudadanos conozcan de manera oficial las acciones que ejecutan en pro del bienestar de la colectividad. Convencidos de estos conceptos se considera importante crear ambientes de confianza en la labor pública realizada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Esmeraldas. La importancia de este trabajo investigativo se basa en el uso de fuentes

bibliográficas de comunicación organizacional, mediante las cuales se diagramarán los conceptos, las definiciones y estrategias necesarias para su factibilidad.

Este trabajo es importante porque a través de la investigación se podrá identificar las fortalezas y debilidades en el ámbito de la gestión comunicacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Esmeraldas; tomando en cuenta, que el derecho de acceso a la información es uno de los aspectos más importantes del ser humano y, a través de este trabajo se podrá conocer cuáles son los medios o herramientas de comunicación externa e interna empleados para transmitir la información a la colectividad del cantón Esmeraldas.

1.4. Objetivos

Objetivo General

Analizar las estrategias de comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Esmeraldas (GADMCE).

Específicos

- Realizar una investigación documental para analizar en qué consiste la comunicación y su utilidad como estrategia tanto interna como externa en el GADMCE.
- Sugerir una propuesta de comunicación como estrategia que permita establecer vínculos por parte de las autoridades del GADMCE con la colectividad esmeraldeña.
- Identificar ventajas de mantener una adecuada comunicación entre el GADMCE y la colectividad esmeraldeña a fin de impulsar a la toma de medidas para una planificación adecuada.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1. Fundamentación teórico conceptual

2.1.1 La Comunicación

La Comunicación Institucional es una herramienta en auge

La experta en Comunicación Política María José Canel, (1997) define a la Comunicación Institucional como el conjunto de reglas, principios, procedimientos y aplicaciones de la comunicación de intención persuasiva que llevan a cabo las instituciones para influir en los destinatarios con el fin de conseguir en éstos una adhesión permanente para ejercer y distribuir poder, y realizar el bien público.

La Comunicación Institucional, en sentido interno, es la encargada de construir la misión, visión objetivos de la institución para después socializarla con todo el personal que trabaja en la organización, mientras que, para afuera, busca irradiar credibilidad, demostrando relevancia, motivación y empatía, a través de la imagen corporativa.

La comunicación de una institución pública es la responsable de asegurar que la opinión pública y la sociedad estén enteradas, permanentemente, de las decisiones sobre la institución, ya que, en el marco democrático, las actividades y/o acciones que realice la administración, serán de conocimiento de toda la ciudadanía. De tal manera, se trata, de procesos que deben ser adaptados a las necesidades, convicciones y aspiraciones de los habitantes.

Esta nace del conocimiento de la identidad, y se debe realizar una planificación sobre comunicación, desde la perspectiva de que todo lo que se diga o se haga, con relación al plan estratégico, todo lo que se transmita y no se trasmita, estará reflejando la identidad de la organización y generando una imagen propia.

La gestión de identidades recurre a muchas disciplinas entre las que se evidencian:

- La estrategia empresarial
- La comunicación corporativa
- El comportamiento organizacional

- Las relaciones públicas
- El diseño

Sin embargo, de acuerdo a lo que indica Watzlawick, (2007) este tipo de disciplina son generalmente alteradas por crisis que se dan dentro de la entidad o por agentes externos a la institución.

La imagen y la reputación manifiestan la percepción del público sobre una institución, actuando la imagen como una figura y la reputación como un juicio generado sobre la imagen creada. Vale resaltar que entre los atributos que son más valorados con relación a la reputación están la autenticidad, la visibilidad, la transparencia y la diferenciación.

Por ello el trabajo profesional de la comunicación institucional debe estar enfocado a alcanzar una buena comunicación de la reputación y alcanzar una valoración en el exterior de la misma.

2.2. Tipos de comunicación

Se pueden mencionar diferentes tipos de comunicación según la información que se comparte, el número de participantes, los canales empleados, si ocurre de manera personal o a distancia, entre otros (Morales, 2016).

Comunicación verbal

Se denomina comunicación verbal aquella en la que se emplea la palabra hablada o escrita entre dos o más interlocutores a fin de transmitir una información, opinión o sentimiento.

Este tipo de comunicación es propia y única de los seres humanos. En diversos casos, la comunicación verbal puede ser complementada con la comunicación no verbal.

La comunicación oral debe desarrollarse con un tono de voz y entonación adecuado a fin de que el mensaje sea comprendido correctamente.

- Comunicación oral: hace uso de las palabras habladas o de sonidos fuertes como la risa o el llanto. Asimismo, esta varía de un grupo social a otro según el idioma que se hable, por tanto, no todos compartimos los mismos signos lingüísticos. Ejemplos: una conversación entre amigos o un grito de dolor por un golpe.

- **Comunicación escrita:** se realiza a través de los códigos escritos y los tiempos de respuesta o acción a los mensajes son un poco más lento que en la comunicación oral. La comunicación escrita se ha desarrollado a lo largo de la historia del ser humano, por tanto, está en constante cambio, en especial con el uso de las nuevas tecnologías. Ejemplo: alfabetos, jeroglíficos, cartas, chats, entre otros.

La comunicación escrita debe respetar las reglas de ortografía de cada idioma, así se evitan o que el mensaje no se comprenda (Morales, 2016).

Comunicación no verbal

A través de las expresiones faciales y lenguaje corporal se puede transmitir un mensaje de serenidad, felicidad, agrado, desagrado, molestia, tristeza, enfado, entre otros.

La comunicación no verbal es aquella que no hace uso de los signos lingüísticos, por tanto, se expresa a través del lenguaje corporal, posturas, expresiones faciales, miradas, es decir, se vale de los sentidos (oído, olfato, vista, tacto y gusto).

En ocasiones este tipo de comunicación puede surgir de manera inconsciente según la situación. Asimismo, puede resultar confusa o ambigua, pues el mensaje puede que no sea claro para el receptor según cómo se exprese el emisor.

Por otro lado, la comunicación no verbal también puede ser empleada como complemento de la comunicación verbal con el fin de complementar el mensaje a enviar al receptor.

Se trata de un tipo de comunicación más antigua que la comunicación verbal, puesto que el lenguaje surgió tiempo después a medida que el ser humano desarrollaba sus capacidades comunicativas (Morales, 2016).

Otros tipos de comunicación

En la actualidad, los nuevos canales de comunicación y las tecnologías permiten comunicarse de manera más rápida y efectiva con un mayor número de personas.

También se pueden establecer otros tipos de comunicación tomando en cuenta sus características, por ejemplo:

- Según el número de participantes: interpersonal (consigo mismo), bilateral (entre emisor y receptor que intercambian roles) y colectivo (más de dos personas).

Transpersonal que consiste en la transmisión de un mensaje por parte del emisor a un público presente.

- De acuerdo al canal empleado: a través de los sentidos, audiovisual (televisión, radio), digital (uso de plataformas que hacen posible la comunicación y distribución de información de manera masiva), impresa (revistas, periódicos), telefónica (teléfonos fijos o móviles).
- Conforme a su finalidad: comunicación publicitaria (para dar a conocer productos o servicios), comunicación organizacional (se refiere a las comunicaciones empresariales), entre otras (Morales, 2016).

2.3. Importancia de la comunicación en las relaciones interpersonales

Las relaciones interpersonales son aquellas que se establecen entre dos o más personas; estas asociaciones se pueden basar en emociones, sentimientos o actividades sociales, entre otros.

Estas relaciones se originan a partir de la comunicación, y ninguna de sus funciones se puede realizar si el ser humano no inicia por interactuar con otros seres para compartir.

Uno de los aspectos más relevantes que se puede mencionar acerca de la comunicación es que a través de ella se logra transmitir y proyectar al medio donde el ser humano se desarrolla.

Desde otro punto de vista se puede decir que la comunicación es una necesidad que existe desde el inicio de los tiempos y de no existir, el ser humano no podría compartir con otros seres de su especie ni con su entorno.

A pesar de que las personas se relacionan diariamente con otras y con su entorno, no siempre se reflexiona sobre la importancia de ello ni acerca de los problemas que se pueden originar si la comunicación no se realiza de manera correcta.

Esta situación hace que se dificulte la forma en la que los seres humanos se relacionan y comprenden el mundo evitando que las relaciones se den de una forma más positiva.

La comunicación es una de las mayores riquezas que tiene las relaciones humanas ya que se puede realizar de tantas formas que resultaría infinito poder nombrar cada una de ellas. A pesar de todo lo que se ha mencionado anteriormente, cabe resaltar que existen también varios problemas que se originan dentro de una sociedad a raíz de una comunicación deficiente.

Por ende, no darse a entender o no comprender adecuadamente la información que se recibe es uno de los principales problemas que se pueden nombrar al respecto.

Incluso se puede decir que las grandes guerras fueron ocasionadas por problemas de comunicación, así como la resolución temprana de estos conflictos.

De acuerdo con Bran M. Ayleen, (2015) indica que la psicología toma un papel importante al describir los problemas que se originan en la sociedad por la mala comunicación aunque también hace énfasis en la importancia que esta tiene para el desarrollo del ser humano desde el momento de la concepción.

2.4. Redes de comunicación en el GADMCE

2.4.1 Redes formales

Una vez establecida, este tipo de red, por la institución, con la finalidad de hacer llegar la información de manera oportuna, es decir, en el momento preciso y a la o las personas indicadas, tomando en cuenta la jerarquía institucional.

Se prioriza orden jerárquico oficial que consta en documentos; esta sistematización, establece que la autoridad se delega de uno a otro nivel, definiéndose así, las reglas de comunicación que se establezcan en la institución. La comunicación formal, cumple dos principales funciones en la institución

1. La toma de decisiones
2. La motivación a todos los implicados, de todos los niveles, de la institución.

Es así que, para realzar la importancia de estas funciones en los miembros, la institución establece estructuras que mejoran y facilitan la co-información. Para que la información sea transmitida de manera veraz y oportuna, es necesario que exista un diálogo constante lo permita. Esta comunicación continua debe cumplir los siguientes objetivos de información:

1. Transmitir la información útil para la toma de decisiones.
2. Transmitir la información con exactitud.
3. Transmitir la información con rapidez.
4. Transmitir la información sin errores

Los intercambios de información, en estas redes, han de ser continuos, estables y previsibles y sobre todo comprobables, evitando así, una información escueta, la cual sería fuente de rumores incontrolados (Chuquiguanga, 2015).

De acuerdo a lo que establece Beckman Lían, (2005) indica que es necesario tomar en consideración que la comunicación interna se divide en descendente de jefes a subalternos y ascendente, del personal en general hacia los jefes, vertical, horizontal, diagonal.

2.4.2 Redes informales

En una investigación realizada por Rodolfo, Luis (2007), indica que la finalidad de esta red es satisfacer las necesidades sociales de los individuos que conforman la colectividad. Estas redes ayudan a los miembros de la organización a crecer y desenvolverse mejor en su entorno laboral. Evidencian un efecto lleno de positivismo para la institución, aunque a veces pueden tener efectos contrarios que absorben en exceso el interés de los empleados.

Refrescan la formalidad deficiente y permite crear canales alternativos, siendo, en ocasiones, más rápidos y eficaces que los formales.

Se consideran redes circulares pueden contener historias de funcionarios citados por su buen servicio o por un rendimiento laboral impecable.

Son utilizadas como picos de moral, que ayudan a que los funcionarios a que se sientan parte del todo.

La principal interferencia de la comunicación informal es ocasionada por los rumores, que se forman con cierta facilidad; ya que al no ser controlada busca complementar su falta en la formalidad.

El rumor puede ser negativo para la empresa si es que crea un ambiente de tensión, expectativa y desasosiego entre el personal. Por ejemplo, cuando se hacen cambios en el personal y surge el rumor de que podría haber despidos masivos, esto hace que todos se sientan preocupados por su futuro.

La forma de evitar los efectos negativos de la comunicación informal es aumentando la calidad de la comunicación formal. Al hacer que ésta última llegue cuando sea necesaria y en el momento oportuno. Otra forma de hacer frente al rumor y evitar que en la organización se

implante una cultura de rumor, es menester evitar que la comunicación formal sea autoritaria, al punto de no dejar cabida para la participación y las propuestas del personal, que se manifiestan en la comunicación ascendente.

La comunicación informal es parte de la organización, no se puede evitar que se produzca. En ocasiones la comunicación informal puede resultar beneficiosa para la institución. Cuando por medio de ésta se logra complementar la comunicación formal, lo cual permite que el mensaje enviado fluya más rápido por la empresa; de este modo, se logra una forma de comunicación más eficaz. No solamente en este aspecto, como complemento de la comunicación formal, sino como una forma de expresión connatural al ser humano, y la organización, está compuesta por seres humanos que se comunican fuera de los canales formales de la comunicación en la institución.

2.4.3 La comunicación corporativa en la era de la globalización

Según Lawler, Bradford , & Cohen, (1998), en los actuales momentos, algunos profesionales de la comunicación institucional u organizacional (existen diferencias no solamente semánticas, sino conceptuales) han enunciado nuevas perspectivas teóricas como posibles opciones a las estructuras jerárquicas y/ burocráticas que se han reflejado en las organizaciones durante el siglo fenecido. Entre ellas figura la teoría de los Equipos de Trabajo con Autocontrol.

Por otro lado Varona, (2007), menciona nuevas perspectivas, donde proponen como teorías para el Siglo XXI y la Democratización de las Empresas, tratan, así de responder a diferentes interrogantes como las siguientes: ¿Cuáles son las maneras de organizarse y que mejor han respondido a las necesidades de quienes trabajan hoy en día?, ¿Cuáles son los pro y los contra de la presencia de la mujer en estos menesteres?, ¿Cómo pueden los empleados han podido alcanzar sus objetivos personales al mismo tiempo que sirven a los objetivos de la empresa?, ¿Cuáles son las maneras de mantener comunicación más eficientes en una empresa?.

De acuerdo con Ferris G., (2000) indica que el reto para este nuevo milenio es encontrar nuevas maneras para una organización productiva, para el trabajo, que dé poderío a los individuos y sostengan, al mismo tiempo, las prácticas organización y comunicación que sostengan un balance entre el ambi1|las familias y el trabajo.

Ciertamente y en la actualidad, intervienen tres posiciones de la ciencia, pero lo principal es el enfoque positivo a la hora de realizar una investigación y encontrar así, una explicación a lo

concerniente a la comunicación organizacional. Ello se evidencia en las teorías y las metodologías que se emplean. No se pretende que uno sea mejor que otro, pues cada uno de ellos visualiza una parte de la realidad a explicar y sin pretender defender alguna de las posiciones intermedias, quizás sea oportuno pensar en necesarios acoplamientos o adaptaciones

2.4.4 Cómo conseguir que fluya la comunicación en la empresa

Joseph G., (2008) indica que una mala comunicación dentro del equipo de trabajo puede llegar a tener consecuencias graves para la compañía, tales como la pérdida de dinero, bajo rendimiento de los empleados o un malestar generalizado.

Así mismo dependiendo del número de trabajadores que tenga tu empresa, la comunicación interpersonal será más o menos complicada. Cuantos más trabajadores, más difusa será la comunicación y es probable que los mensajes se distorsionen o no acaben llegando a todos los empleados.

Una mala comunicación en la empresa puede llegar a transformarse en un problema grave para la compañía, repercutiendo en pérdidas de dinero, incumplimiento de compromisos establecidos por el equipo o malestar entre los miembros de la organización.

Para evitar llegar a esta situación existen cuatro pasos que ayudarán a mejorar la comunicación en tu empresa:

- Compartir la misión y visión de tu empresa con toda la organización
- Dos de los mensajes que deben tener claros cada uno de los miembros de la empresa, desde el momento en que pasan a formar parte de la organización, son tanto la misión como la visión de la compañía. Conocer las principales metas de la empresa a corto y largo plazo y saber qué se está haciendo para alcanzar estos objetivos, ayudará a que las personas se motiven a cumplir con sus tareas de manera satisfactoria.
- Ofrecer formación

La comunicación, al igual que otras habilidades, se puede aprender. Si en tu empresa existen graves problemas de comunicación es importante ofrecer sesiones formativas para los empleados. Un coach o experto en comunicación puede ayudar a mejorar las vías de comunicación interpersonal, mejorando la gestión de conflictos entre los miembros de la compañía.

Apostar por el trabajo en equipo

Cristhina Coert, (2007) determina como una buena manera de mejorar la comunicación entre los trabajadores de la empresa es fomentar metodologías de trabajo que incluyan el trabajo en equipo. De este modo se verán obligados a establecer una comunicación que les ayude a trabajar con el resto de miembros del equipo y, con la ayuda del manager como guía, aprenderán a generar un entorno de trabajo fluido y dinámico.

También sería beneficioso organizar actividades fuera de la oficina para generar confianza y familiaridad entre las personas que trabajan en tu empresa.

Organizar reuniones de equipo con regularidad

Realizar reuniones de equipo periódicas para hacer el seguimiento del trabajo e incentivar la participación de todos los asistentes es una buena manera de conseguir una comunicación fluida dentro del equipo. Aunque al inicio puedan darse situaciones forzadas, con el tiempo, los trabajadores adquirirán la costumbre de expresarse y hacer sus aportaciones en el momento preciso, lo cual llevará a realizar unas reuniones cada vez más eficientes y efectivas.

Además, en estas reuniones el manager podrá tener un feedback directo de los empleados y escuchar de primera mano las quejas y sugerencias que puedan tener.

2.5. Antecedentes

A continuación, Gutiérrez, (2017), indica que se describirán los más relevantes. Se realizó el estudio correlacional- descriptivo sobre la “La relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga”. La muestra estuvo conformada por estudiantes y docentes de dicha universidad. Asimismo, las conclusiones del estudio indican que existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional. Además, un porcentaje elevado de docentes percibió un clima organizacional negativo. Por último, más de la mitad de los docentes calificó a la cultura corporativa como desfavorable y a la comunicación interna como ineficaz en la universidad de Huamanga.

También en una investigación realizada por Hended, (2005) y publicada en la pag. Web <https://hdl.handle.net/20.500.12672/1280>, se evidencia que el estudio dio descriptivo y de diseño transversal sobre la “Identidad corporativa y estrategias de comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Santa Anita”. La muestra estuvo conformada por 188 trabajadores (administrativos y de campo); el instrumento que se aplicó fue una escala de Likert. Las conclusiones del estudio indican que existe una relación entre la comunicación de la identidad y el comportamiento de los empleados. Por ejemplo, el trabajo evidenció a nivel teórico que los valores compartidos y la comunicación de estos por medio de programas de identidad contribuyen a la integración de los miembros de la organización. No obstante, el estudio reveló, también, que las estrategias de comunicación empleada por el municipio en la difusión de los componentes de la identidad corporativa no eran 97 adecuadas, por lo cual muchos encuestados no entendían claramente el significado de los elementos de la identidad.

Así mismo en la investigación realizada por Beckan H. (2007) se demostró la existencia de bajos niveles de identificación institucional por parte de los miembros de la Municipalidad. Baca; en realizaron el estudio “Evaluación y diagnóstico de la cultura organizacional de la Municipalidad Distrital de San Isidro”. Las conclusiones del trabajo indican la existencia de desmotivación por parte de los miembros institucionales, ya que consideran que sus jefes y superiores no dan reconocimiento ni valoran el trabajo que los empleados realizan. Asimismo, la investigación pone en evidencia que los trabajadores de la Municipalidad de San Isidro consideran muy importante algunos valores clave como el compromiso, la confianza y la innovación para desempeñarse apropiadamente y ofrecer un buen servicio.

De acuerdo el estudio realizado por Fernández, (2007) la gestión de la nueva comunicación interna, análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación interna de las universidades de la Comunidad Valenciana. En la investigación se emplearon tres tipos de análisis: el cuantitativo (revisión de portadas web), el cualitativo (entrevistas a gestores de la comunicación interna) y el análisis documental de campo (evaluación de los medios y soportes de comunicación interna). Las conclusiones del trabajo de investigación indican que la comunicación interna es un instrumento básico para la gestión institucional, y que su adecuado -manejo puede contribuir en el logro de metas y objetivos corporativos y a una dirección más eficiente de la organización. Por ello, el estudio patentiza y resalta la influencia de la comunicación interna en la construcción de una sólida cultura corporativa. En ese sentido, el trabajo establece que entre las variables comunicación y cultura

existe una relación recíproca. Asimismo, se señala que las tecnologías de la información y comunicación constituyen un cambio sustancial en la forma de entender la comunicación interna en las organizaciones por su influencia sobre la cultura corporativa.

2.6. Fundamentación legal

La CRE en el art. 18, (2008), indica que el derecho a la libertad de expresión se garantiza según la Constitución del Ecuador que establece la libertad de buscar, recibir, producir y difundir información e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras y por cualquier forma y medio, sin censura previa y con responsabilidad ulterior, además con el acceso libre a la información generada en entidades públicas, o en privadas. De una manera amplia y en concordancia con el ordenamiento jurídico internacional, el derecho a la libre expresión es un mecanismo para ser efectivo otros derechos. Es importante recalcar que toda persona se constituye como titular de este derecho, es decir que no puede restringirse a una determinada profesión o grupo de personas; su ámbito de aplicación y protección es amplio, comprendiendo actividades comunicacionales e informativos tanto públicas como privadas.

Si la nueva ley de comunicación ha sido creada en este contexto de concordancia normativa, su aplicación y práctica entonces tornaría al uso de interpretación de las garantías en beneficio al ejercicio de la libertad de expresión cuyas limitaciones y restricciones estarían sujetas a los estándares internacionales al igual que la potestad sancionatoria como una medida subsidiaria del sistema de regulación y control. Por estas razones lo que compete es analizar la Ley de Comunicación en sus posibles dimensiones de control, regulación y sanción a medios de comunicación en un marco constitucional, y, del sistema internacional de protección de los derechos humanos, a partir de su promulgación en un contexto no solamente jurídico sino sociopolítico.

Dentro del contexto es interesante mencionar el origen del debate público a partir de la pugna entre el Poder Ejecutivo y los medios de comunicación, para lo cual el Gobierno Nacional ha utilizado varios espacios para mostrar su visión de los hechos nacionales y mostrar su inconformidad sobre la conducta de la prensa. Según el Gobierno los medios de comunicación obedecen a “poderes fácticos” y en particular, los medios de comunicación privados, son vistos como representantes de grupos de interés económico contrarios a la visión de la gestión pública del Ejecutivo que plantea la información como un bien público³. Conforme a esto, las manifestaciones del Gobierno, se han evidenciado en continuas cadenas de radio y televisión

que interrumpen la programación de los medios; los enlaces ciudadanos sobre “rendición de cuentas” de los días sábados que tiene como segmento particular uno denominado “la libertad de expresión ya es de todos”, en el cual el Presidente de la República califica como “mentira comprobada” ciertas noticias y opiniones de medios de comunicación, así como también denuncias penales por casos de injurias y calumnias presentadas por funcionarios públicos. A. Cadenas nacionales de radio y televisión. Los mensajes obligatorios del gobierno ecuatoriano han sido difundidos constantemente en medios privados de comunicación durante el año 2013. Algunos de los ejemplos son los siguientes:

El 5 de abril la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM) habría difundido un mensaje obligatorio de unos ocho minutos de duración en el que se pretendió mostrar, según explicó el organismo en un comunicado, “cómo los distintos reporteros del canal [Teleamazonas]” – Jorge Ortiz, María Josefa Coronel, Carlos Julio Gurumendi y Guido Acevedo – “mintieron y desinformaron ‘sin sonrojo’, en distintos momentos desde que inició [sic] la gestión gubernamental del Presidente Rafael Correa”. Respecto a esto, la Relatoría sobre Libertad de Expresión ha reconocido la potestad del Presidente de la República y de las altas autoridades del Estado para utilizar los medios de comunicación con el propósito de informar a la población sobre aquellas cuestiones de interés público preponderante; sin embargo, el ejercicio de esta facultad no es absoluto. La información que los gobiernos transmiten a la ciudadanía a través de las cadenas presidenciales debe ser aquella estrictamente necesaria para atender necesidades urgentes de información en materias de claro y genuino interés público, y durante el tiempo estrictamente necesario para transmitir dicha información, para no caer en situaciones de mayor conflictividad social, alteraciones del orden público o polarización social o política; además los funcionarios públicos deben tener en cuenta que tienen una posición de garante de los derechos fundamentales de las personas, sus declaraciones no pueden llegar a desconocer dichos derechos. Corte IDH. Caso Apitz Barbera y otros (“Corte Primera de lo Contencioso Administrativo”) Vs. Venezuela. Excepción Preliminar, Fondo, Reparaciones y Costas. Sentencia de 5 de agosto de 2008. Serie C No. 182. Párr. 131.

La nueva Ley de Comunicación y su aplicación para el Ejercicio Periodístico Centro de Derechos Humanos. CIDH. 147 Periodo de Sesiones. Audiencia Situación del Derecho a la Libertad de Expresión en Ecuador. 12 de marzo de 2013.

En este sentido, tanto la CIDH y su Relatoría Especial, 9 CIDH. 147 Periodo de Sesiones. Audiencia Situación del Derecho a la Libertad de Expresión en Ecuador. 12 de marzo de 2013.

Aplicando estándares internacionales, han indicado que “no es cualquier información la que legítima al Presidente de la República la interrupción de la programación habitual, sino aquella que pueda revertir interés de la colectividad en el conocimiento de hechos que puedan encerrar trascendencia pública y, que sean realmente necesarios para la real participación de los ciudadanos en la vida colectiva”. CIDH. Informe Anual 2011. Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Capítulo II (Evaluación sobre el Estado de la Libertad de Expresión en el Hemisferio). OEA/Ser.L/V/II. Doc. 69. 30 de diciembre de 2011. Párr. 199; CIDH. Informe Anual 2010. Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Capítulo II (Evaluación sobre el Estado de la Libertad de Expresión en el Hemisferio). OEA/Ser.L/V/II. Doc. 5. 7 de marzo de 2011. Párr. 226; CIDH. Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. Principio 5

En la Convención Americana se plantea en su art 13.2 y siguientes algunas reglas para limitar a la libertad de expresión entre ellas se encuentra la número 3 que manifiesta: No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones. Respecto a estas disposiciones para la restricción de la libertad de expresión cabe mencionar que se aplica a todas las formas de manifestación como: ideas propias, al acceso, la circulación de la información, la difusión y los medios de comunicación. A su vez las reglas, u actos administrativos, judiciales o de autoridad pública de limitación deben cumplir con ciertas condiciones para ser legítimas. CIDH. Marco Jurídico Interamericano sobre el derecho a la Libertad de Expresión (2009). Párr. 64.

Bajo este orden de ideas sería interesante mencionar además como una disposición constitucional también puede verse vulnerada con la reiteración y forma desmedida de la transmisión de cadenas nacionales, en la Constitución en su Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: b. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. La participación respecto a la libertad de expresión tiene como base el acceso a la información plural y verificada de tal manera que cada ciudadano construye su opinión, pero si este derecho al acceso a la pluralidad de información se ve trastoca con una invasión comunicacional por parte del Estado, genera una desventaja en la sociedad con respecto a la información que está recibiendo, tomando en cuenta principalmente en la política latinoamericana que la diferencia entre Estado y Gobierno es muy mínima. Los enlaces sabatinos son ejemplos de la hegemonía del gobierno en la participación pública de los ciudadanos, ya que en este segmento comunicacional no solamente equiparan la información en contra de medios comunicacionales privados, sino que además desacreditan las fuentes, ridiculiza las opiniones de periodistas, rompe periódicos, e incita a la no adquisición de determinados.

El Sistema de Información para los GADMCE – Modulo para el registro de información de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, es una herramienta que permitirá la recopilación de información de diagnóstico y propuestas de los PDOT para el cálculo del Índice de Cumplimiento de Metas, séptimo criterio constitucional para la asignación de recursos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, según el Modelo de Equidad Territorial, amparado en el siguiente marco normativo:

Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas: Art. 51.- Información sobre el cumplimiento de metas.- Con el fin de optimizar las intervenciones públicas y de aplicar el numeral 3 del Art. 272 de la Constitución; los gobiernos autónomos descentralizados reportarán anualmente a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo el cumplimiento de las metas propuestas en sus respectivos planes.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización: Art. 192.- El total de las transferencias que realiza el Gobierno Central hacia los GADMCE se distribuirá conforme a tamaño y densidad de la población; necesidades básicas insatisfechas jerarquizadas

y consideradas en relación con la población residente en el territorio de cada uno de los gobiernos autónomos descentralizados; logros en el mejoramiento de los niveles de vida; esfuerzo fiscal y administrativo; y cumplimiento de metas del Plan Nacional de Desarrollo y del plan de desarrollo del gobierno autónomo descentralizado.

Consejo Nacional de Competencias: Resolución No. 00013-CNC-2011.- Disposición General.- Esta metodología se aplicará para el cálculo de las transferencias de ingresos permanentes y no permanentes del Presupuesto General del Estado - PGE, a partir del ejercicio fiscal de 2014. Constitución del Ecuador (2008) – ACNUR.

CAPÍTULO III

3. Metodología

Para el desarrollo del informe final se presentará los resultados de forma cualitativa, ya que, ayudan a comprender ciertas acciones y actitudes de los entrevistados, que no son cuantificables, por lo que el uso es primordial para argumentar cualquier investigación seria. Además, según su alcance, se realizará de manera exploratoria ya que, darle un alcance exploratorio, serviría para conocer más, de un contexto determinado, la naturaleza de un fenómeno. Descriptiva, porque se busca especificar características, en este caso, de la forma de cómo se produce la comunicación institucional en el Municipio de Esmeraldas, a más de los procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, se pretende realizar una medición o adquirir información de manera independiente o en conjunto de los conceptos y/o variables.

3.1. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas utilizadas fueron: la lectura comprensiva, análisis de documentos y la entrevista, que fue ampliamente implementada como procedimiento de investigación, ya que permitió obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. El instrumento fue un cuestionario con preguntas abiertas ya que se necesitaba un soporte que proporcione los datos necesarios.

Se aplicó en el desarrollo de una investigación en el campo de las ciencias sociales que fue una técnica ampliamente cuidadosa en la indagación de carácter cualitativo.

3.2. Universo y muestra

Se realizó entrevistas a Jefe del Departamento de Comunicaciones del GADMCE, a tres integrantes del mismo departamento y al Jefe del Departamento de Relaciones Públicas, al Jefe del Departamento de Talento Humano, y a profesionales de la comunicación de diferentes medios de la urbe, mediante una selección no probabilístico o dirigido, y resultaron de gran valor, pues se logró obtener los casos (personas, contextos, situaciones), que interesaban al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos, ya que el objetivo es que sea lo más significativa posible. De hecho, basándose en las varias clases de muestras dirigidas, esta, fue dirigida hacia expertos.

3.3. Recogida de Datos

Las entrevistas serán realizadas en los centros de comunicación, dentro del Cantón Esmeraldas, que componen la muestra. Para realizar las entrevistas se establecerá contacto telefónico con el equipo de trabajo, informando de la solicitud y el motivo. Este contacto, de ser positivo, nos permitirá conseguir una dirección de correo electrónico donde se pueda enviar la presentación formal a los profesionales de nuestro interés, donde se incluye el guion estructurado.

Ya con el contacto establecido, por el mismo medio o telefónicamente se estableció todas las aclaraciones que, el profesional seleccionado, considere necesario antes de confirmar día y hora para la entrevista

3.4. Análisis de Datos

El análisis de datos que se dio en la presente investigación, fue de tipo descriptivo.

CAPÍTULO IV

4. Análisis y resultados

4.1. Análisis

Realizando un análisis de las respuestas recibidas de los cuestionarios compartidos con varios jefes departamentales del GADMCE del Cantón Esmeraldas y varios periodistas de algunos medios de comunicación de la urbe se pueden extraer las ideas concordantes que dan luz a lo que acontece dentro de la institución antes señaladas

Tanto la tecnología como los medios de comunicación tradicionales, conforman un nuevo modelo social, económico, y productivo, que permite una interrelación e interacción de manera más activa en todos los contextos, en tal virtud, no se puede expresar que los medios físicos han sido desplazados la era digital, es más, los medios de comunicación, están cambiando tecnológicamente, adaptándose, capacitándose e invirtiendo para crear contenidos online, ediciones y redacciones periodísticas con el debido conocimiento y manejo de las nuevas tecnologías.

En otro orden, las redes sociales son una parte fundamental en la transversalidad que se establece en la comunicación dentro de cualquier organización, esto se da ya que el método online se ha establecido como un elemento que construye identidad, cultura, imagen y sobre todo el posicionamiento dentro de los distintos estadios comunicativos. La dinámica posicionada en las redes sociales de una organización, estrecha lazos con los objetivos estableciéndose como herramientas de información estratégicas, que servirán para la proyección e imagen de dicha organización.

Así la comunicación se convierte en una base indispensable de cualquier organización que transmite información relevante sobre la gestión que se realiza en la organización, fundamental en las relaciones laborales, para la difusión de información, la cual permite adquirir el conocimiento principal para cumplir con los objetivos globalizantes y desarrollar el buen uso de los diferentes medios de comunicación que existen.

4.2. Resultados

La comunicación interna y externa que utiliza el GADMCE para la difusión de información realizada en los distintos medios, permiten fortalecer:

1. La relación entre la institución y sus trabajadores, para potencializar la eficiencia del personal, esto con el fin de que el personal que labora en la institución se sienta la importancia que se le debe dar.
2. Gestionar la información en los medios de comunicación, como redacciones, notas de prensa, intervenciones de las autoridades del Gobierno Municipal y distintos eventos o actividades que buscan crear una imagen positiva para la institución.

También concuerdan con la importancia de ejecutar un plan de comunicación para lograr objetivos con una planificación correcta, todo esto mediante estrategias de comunicación a corto y largo plazo, durante un periodo determinado.

Un buen líder debe adquirir o poseer una serie de características y habilidades que le permitan generar credibilidad y crear empatía para poder relacionarse con los demás. Tales como: saber comunicarse y comunicar adecuadamente, ser empático, escuchar prestar interés en el tema, formalizar preguntas con exactitud, para así obtener de forma notable el compromiso de crear e innovar. La visión estratégica es una de las habilidades más importantes que se debe desarrollar, ya que, una estrategia mal diseñada es muy difícil que tenga éxito, y es un elemento clave en este caso, para llevar un eficiente plan de comunicación.

Se hace necesario realizar un plan de gestión de crisis, que consiste en anticipar una serie de escenarios de riesgos, con los que una institución pública podría verse afectada en un futuro, para esto se hace un análisis de las debilidades y amenazas para comunicar a tiempo y así poder minimizar el impacto que se podría generar.

La responsabilidad social e institucional, debe lograr captar la atención a la ciudadanía, para establecer campañas con responsabilidad comunitaria, ya que hay que convertir los problemas existentes en soluciones para poder resolver los conflictos de una sociedad y poder integrar a todos los colaboradores y la comunidad.

Jeffrey Hayzlett, (2008) detalla las claves de cómo conseguir el estilo de trabajo necesario en las instituciones.

- Transparencia dentro y fuera de la empresa

Cuanto más transparente sea tu empresa con los clientes, más confianza generarás en ellos. De este modo estos clientes seguirán trabajando con tu empresa y muy probablemente te ayudarán a generar una buena reputación.

Es importante la transparencia entre los managers con sus equipos, generará confianza y afrontarán el trabajo con más seguridad.

- Comunicarse con la persona adecuada

Cuando trabajas en una empresa, a menudo recibes emails que no tienen ninguna importancia para tu trabajo directo y eso genera pérdida de tiempo e incluso estrés por la acumulación de correos. Una de las cosas más importantes que podemos hacer para combatir el exceso de emails es poner en copia solamente a aquellas personas que participan de forma directa en el proyecto o para la cual la información que enviemos es realmente importante.

- Ofrecer soluciones, no problemas

Como manager es importante saber que cuentas con el mejor equipo de profesionales para conseguir los objetivos. Lo que garantiza, no solamente tu éxito, sino el de todo tu equipo. Una de las tendencias a evitar dentro del equipo es que alguien venga con un problema, trasladándolo así al resto del equipo.

Cuando esto sucede, pídele a esta persona que piense tres posibles soluciones antes de pedirte ayuda a ti o al resto del equipo. Seguro que en una de estas propuestas está la solución. Así conseguirás, no solamente encontrar la solución al problema, sino generar más confianza entre los miembros de la organización.

- Estar abiertos al cambio

Los cambios no matan a nadie es una de las frases que más repite, indica Jeff Hayzlett (2008) en sus conferencias, pero a pesar de todo, a menudo los cambios son difíciles de asumir. Somos criaturas de hábitos y a nadie le gusta estar en una situación de incertidumbre. Pero hay que recordar que solo las personas que se atreven a salir de su zona de confort alcanzan el éxito. Transmitir este mensaje a tu equipo es básico para conseguir una organización valiente y segura de sí misma, capaz de superar cualquier reto que se proponga.

- Fomentar la colaboración

La colaboración en las empresas siempre ha sido importante, pero hoy en día, con el aumento de ritmo de trabajo y con equipos de trabajo cada vez más dispersos, se ha convertido en un elemento imprescindible.

Sin una buena estrategia de colaboración dentro del equipo, muchas tareas caerán en el olvido o encontrarás varias personas haciendo el mismo trabajo, lo que es un claro ejemplo de desperdicio de recursos que podrían ser muy válidos para la empresa si colaboran entre ellos.

En épocas de crisis económica en que muchas empresas sufren para mantenerse a flote resulta difícil utilizar las recompensas salariales como variable para aumentar la motivación de los empleados o para retenerlos.

¿Qué otros aspectos valoran los empleados además del salario?

1. Conciliación

La posibilidad de conciliación laboral y personal constituye un factor decisivo y puede conseguirse mediante la aplicación de un horario de trabajo flexible o la posibilidad de teletrabajo en determinados puestos. Un horario laboral equilibrado revierte en la mejora del clima laboral y en el aumento del nivel de satisfacción de las personas trabajadoras en un 36,7%.

2. Ambiente de trabajo agradable y reconocimiento

Un ambiente de trabajo desagradable constituye la tercera razón en orden de importancia para querer abandonar una empresa.

El reconocimiento es una herramienta de motivación cuyo efecto está demostrado que se mantiene en el largo plazo. Esto que en principio parece sencillo de aplicar –después de todo, los elogios son gratis– en la práctica no se lleva a cabo de forma habitual y muy pocas empresas reconocen los logros de su personal.

3. Formación

La mayoría de los trabajadores valoran la mejora continuada a lo largo de su carrera y hasta las pequeñas empresas pueden ofrecer formación a sus empleados a través de la Fundación Tripartita o cursos específicos facilitados por sus proveedores. Asimismo, se puede ofrecer la

asistencia a diversos eventos, ferias, seminarios que se organicen en el sector de actividad de la empresa.

4. Programas de involucramiento de los empleados

El involucramiento del empleado es un proceso participativo que utiliza las ideas y aportaciones de los trabajadores para incrementar su compromiso con los resultados de la empresa. En una encuesta realizada entre empleados españoles sobre qué factores definen que un trabajo sea interesante, el que “sus ideas sean valoradas por la organización” constituía el más valorado, con independencia del nivel de estudios, sexo o edad.

5. Estilo de dirección

El líder es el espejo en el que se reflejan los colaboradores y desempeña un papel crítico para garantizar la moral en la organización, especialmente en épocas de crisis.

Si se consigue por parte de los jefes transmitir confianza, comunicar a cada empleado qué es lo que espera de ellos, implicarles en la marcha real de la empresa, éstos se sentirán involucrados en la organización y ayudarán a crear un ambiente de equipo unido para superar tiempos difíciles.

Sin embargo, siendo que la institución es dirigida por jefes de turno (Alcalde), con ideologías y políticas diferentes, con criterios y poderes comprometidos con el partido que los ha auspiciado en las contiendas electorales, toda gestión es parcializada para con unos o varios grupos, aún dentro de la institución.

4.3. Discusión

En el estudio de los resultados se establece que existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura institucional. Además, un porcentaje alto, de los profesionales entrevistados, percibe un clima organizacional un poco adverso, debido a las situaciones políticas. Por último, más de la mitad de a quienes se aplicó la entrevista, calificó a la cultura institucional como no favorable y a la comunicación interna con cierta ineficacia

En el estudio descriptivo y la transversalidad, queda establecido que existe una relación entre la comunicación de la identidad y el comportamiento de los empleados. Se evidenció a nivel

teórico que los valores compartidos y la comunicación de todos los involucrados, por medio de programas de identidad, contribuyen a la integración de los miembros de la organización. Sin embargo, queda en evidencia, que las estrategias de comunicación empleada por el municipio en la difusión de los componentes de la identidad corporativa no son las más adecuadas.

Así se demuestra la existencia de bajos niveles de identificación institucional por parte de los miembros de la Municipalidad. Para terminar con las apreciaciones de los entrevistados se percibe la existencia de desmotivación por parte de los miembros de la institución, ya que consideran que sus jefes y superiores no dan reconocimiento ni valoran el trabajo que los empleados realizan. Asimismo, la investigación pone en evidencia que los trabajadores de la Municipalidad de Esmeraldas consideran muy importante algunos valores clave como el compromiso, la confianza y la innovación para desempeñarse apropiadamente y ofrecer un buen servicio.

Además, en el trabajo de investigación se refleja que la comunicación interna es considerada básica para la gestión institucional, y que el mejor manejo puede contribuir en el logro de metas y objetivos institucionales y a una dirección más eficiente. En ese sentido, el trabajo establece que entre la comunicación y cultura existe una relación recíproca. Asimismo, se señala que las tecnologías de la información y comunicación han ayudado a trascender la forma de entender la comunicación interna en las organizaciones.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

- Se diagnosticó el estado situacional de la comunicación corporativa y externa e interna entre los ciudadanos y el Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón Esmeraldas, perteneciente a la provincia de Esmeraldas, destacando falencias como la escasa evaluación a la actividad cívica por parte de las autoridades gobernantes; falta de capacitación; la mayoría desconoce sobre la importancia de un plan de comunicación, estos resultados tienen relación con los servicios proporcionados, los cuales deben ser mejorados, así como el trato hacía el usuario, pues deja muchas debilidades en el proceso.
- Con las deficiencias previstas en la investigación de campo, se estipuló las estrategias de la comunicación destinadas a realzar el GADMCE Municipal de Esmeraldas, estrategias de comunicación corporativa, interna (tratando de mejorar además la comunicación interpersonal), externa y relaciones públicas y gestión de medios.
- El plan de comunicación se realizó encaminadas a desarrollo de carteles y señalética, página web, estrategias de marketing, publicidad e internet, reuniones de trabajo, buzón de sugerencias, entre otros, programados en un año calendario.

5.2. Recomendaciones

- Analizar periódicamente el estado situacional de la comunicación corporativa y externa del GADMCE, mediante encuestas anuales, previstas para conocer el grado de aceptación y satisfacción tanto del cliente interno como el externo por los servicios brindados.
- Medir la incidencia estratégica de la comunicación previstas, a fin de corregir y modificación, considerar la percepción del ciudadano, como termómetro de medida para su ajuste.
- Aplicar el plan de comunicación al GADMCE, en vista de la necesidad establecida en este ámbito, así como disponer de recursos para su mantenimiento.
- La era digital en la que nos encontramos, (online) requiere una comunicación fluida, ágil y colaborativa, y claro está, una comunicación directa con el o los clientes. Estos cambios transformadores afectan directamente a las personas que conforman la organización y deben seguir ciertos tips para promover un trabajo actualizado y saludable predispuesto a las nuevas necesidades.

BIBLIOGRAFÍA

Abreu, J. (2014). EL MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN. México: Daena: International Journal of Good Conscience. Recuperado el 8 de Julio de 2018 AGENCIA FAMA COMUNICA S.A.S. (2016). PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS 2018. ITAGUÍ: PESONERÍA MUNICIPAL DE ITAGUÍ.

Aguirre Jiménez, S. (2014). LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN LAS UNIVERSIDADES ANTE LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA EDUCACIÓN EN EL ECUADOR. Guayaquil: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC.

Bacigalupi, M. (2017). COMUNIDAD Y SENTIDO DE LA COMUNIDAD. ESaLud /SALUD PARA PROFESIONALES Y ESTUDIANTES".

Batalla Navarro, P., & Peña Acuña, B. (2016). Dirección de comunicación y habilidades directivas. Madrid, España: Editorial Dykinson, S.L. Botto, S. (17 de septiembre de 2013).

Bran Melgar Ayleen. (2015, noviembre 13). Importancia de la comunicación en las relaciones interpersonales

Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Barranquilla-Colombia: Pensamiento y Gestión. Costa, J. (2006). Imagen Corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires, Argentina: La crujía Editorial. D'Addario, M. (2018). Sociología Evolucionista - Estudio, análisis y ejercicios. Madrid, España: Paperback Editorial. De Castro, A. (2015).

Manual práctico de Comunicación Organizacional. Barranquilla, Colombia: Vermund editorial; Universidad del norte editorial. EL UNIVERSO. (2018).

LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA COMO PARTE DEL ÉXITO DE UNA EMPRESA. Guayaquil: SOCIEDAD. Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid. (2012). FUAM. Obtenido de fuam.es: <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.->

La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf GADMCE QUEVEDO. (2014). QUEVEDO EN LA HISTORIA. QUEVEDO: SITIO WEB OFICIAL.

Garrido, F. J. (2008). Comunicación de la estrategia: la efectividad está en la dirección. Santiago de Chile, Chile: Ediciones Deusto.

Loría Meneses, R. (2011). Comunicación Oral y Escrita. Costa Rica: Uned Editorial. 55 Maldonado, H. (2010). Manual de Comunicacion Oral. México: Industrial Atoto.

Méndez Bonilla, F. B. (2007). La Comunicación Organizacional como Gestora del Conocimiento y la Responsabilidad Social. Razón y Palabra,

MENDOZA. (2018). PLAN DE COMUNICACIÓN. MENDOZA - ARGENTINA: ADAPTACIÓN A LAS CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL SISTEMA HIDROLÓGICO DE CUYO-2.015-2018.

Montoya Robles, M. (2018). Comunicación Organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autropres mexicanos. Baja California: REVISTA RAZÓN Y PALABRA. National Project in Agricultural . (1967).

Programa de adiestramiento de extensionistas en Comunicaciones. Estados Unidos de Norteamérica: ADECO. Navas Jiménez, G. (8 de mayo de 2013). www.glorianavas.es. Obtenido de https://es.slideshare.net/glorianavasj?utm_campaign=profiletracking&utm_medium=sssite&utm_source=ssslideview

Pareja, N., & Martín, E. (2014). LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL ÁREA DE LA INFOPRMACIÓN. MÉXICO: Revista Mexicana de Opinión Pública.

Peña Hernández, A. F. (2017). COMUNICACIÓN EXTERNA. OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN CONTROL DOCUMENTAL COMUNICACIÓN EXTERNA. QUEVEDO, G. D. (12 de JUNIO de 2018). <http://www.quevedo.gob.ec/julio2018/>. Obtenido de <http://www.quevedo.gob.ec/julio-2018/>

Toledo Castellano, M. (2014). METODOLOGÍA DE LÑA INVESTIGACIÓN. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. UPNA. (2016).

Plan de Comunicación. Universidad Pública Navarra. Recuperado el 9 de Julio de 2018 Villavicencio Delgado, E. (2016). Implementacion de medidas de comunicación externa de la Dirección de Comunicación e Imagen de la Policía Nacional del Perú durante el 2014. Lima: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ.

1 Corte I.D.H., Caso Tristán Donoso Vs. Panamá. Excepción Preliminar, Fondo, Reparaciones y Costas. Sentencia de 27 de enero de 2009. Serie C No. 193, párr. 114, en CIDH. Marco Jurídico Interamericano sobre el derecho a la Libertad de Expresión (2009). Párr. 12

ANEXO

Andrea Chere, Maestrante de la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS con su tema de investigación “IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN ESMERALDAS (GADMCE)” cuya Línea de investigación es Comunicación y Gestión Administrativa. Para contribuir de esta manera a analizar en qué consiste la comunicación y su utilidad como estrategia tanto interna como externa en el GADMCE.

Entrevista al Periodista:.....

1. ¿Cree Ud., que la era digital ha desplazado los medios físicos de la organización, por qué?
2. ¿Cómo es la dinámica de una organización con las redes sociales?
3. Qué es la comunicación organizacional para una empresa y/o institución?
4. ¿Cuál es la importancia de ejecutar un plan de comunicación?
5. ¿Cuál es la importancia de la comunicación interna en una Institución?
6. ¿Qué medios apoyan los procesos comunicativos internos y externos en la organización?
7. ¿Cuáles son las características de un buen comunicador, es importante la visión estratégica?
8. ¿Cuál es la manera de actuar frente a una crisis mediática sufrida por en una organización?
9. ¿En las campañas que realiza la empresa y/o institución, existe la responsabilidad social, por qué?

Andrea Chere, Maestrante de la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS con su tema de investigación “IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN ESMERALDAS (GADMCE)” cuya Línea de investigación es Comunicación y Gestión Administrativa. Para contribuir de esta manera a analizar en qué consiste la comunicación y su utilidad como estrategia tanto interna como externa en el GADMCE.

Dirigida a:

JEFES DEPARTAMENTALES: COMUNICACIÓN, RELACIONES PÚBLICAS Y TALENTO HUMANO

1. ¿Cree Ud., que la era digital ha desplazado los medios físicos de la organización, por qué?
2. ¿Cómo es la dinámica de una organización con las redes sociales?
3. ¿Qué es la comunicación organizacional para su empresa?
4. ¿Qué tipos de comunicación, tanto interna como externa, utiliza el GADMCE para analizar las estrategias que utiliza la empresa?
5. ¿Cuál es la importancia de ejecutar un plan de comunicación?
6. ¿Cuál es la importancia de la comunicación interna en la Institución?
7. ¿Qué medios apoyan los procesos comunicativos internos y externos de la organización?
8. ¿Cuáles son las características de un buen líder comunicador, es importante la visión estratégica?
9. ¿Cuál es la manera de actuar frente a una crisis mediática sufrida por la organización?
10. ¿En las campañas que realiza la organización, existe la responsabilidad social empresarial, por qué?

ANEXO 6: CONTROL DE HORAS DE ASESORAMIENTO DEL TFM

Nombres y apellidos del estudiante: _____

Nombres y apellidos del asesor: _____

Fecha	Hora	Aspectos tratados	Firma del estudiante	Firma del asesor

Coordinador del programa de maestría

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Firma:	Firma:	Firma:
Nombre:	Nombre:	Nombre: Ignacio Carazo
Cargo: Docente investigada por	Cargo: Coordinador maestría	Cargo: Director de investigación
Fecha:	Fecha:	Fecha:









