



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de Investigación previo a la Obtención del Título
de Licenciado en .Comunicación Social, Mención:
Periodismo**

TEMA:

**“EJECUCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO DE LA
COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL MUNICIPIO
DEL CANTÓN SAN FERNANDO”**

AUTOR:

Freddy Fernando CarchipullaTarqui

TUTOR:

Máster Pablo Vázquez

Cuenca-Ecuador

2013



RESUMEN

En este trabajo investigativo e basado sobre la ejecución de un diagnóstico de la comunicación interna y externa en el municipio del cantón San Fernando, para lo cual se realizó un análisis descriptivo, apoyándonos mediante encuestas y entrevistas para determinar si en el municipio existe una excelente comunicación para el público.

En el análisis se reveló la falta de políticas de comunicación en el municipio y eso determina la poca información que brinda la entidad para que la población conozca las actividades y trabajos municipales.

En este sentido surge la necesidad de implementar estrategias de comunicación y organizar de la manera posible para una comunicación eficiente, cuyo propósito esté al alcance de la ciudadanía para que entienda y conozca de las necesidades más urgentes y avances que viene desarrollando la institución.

Nuestro pensamiento ha sido brindar estrategias para un mejoramiento del campo comunicativo del Municipio y colaborar en su búsqueda de una buena imagen en el área informativa.

PALABRAS CLAVES: diagnóstico de la comunicación, municipio, estrategias de comunicación, Comunicación eficiente, ciudadanía, funcionarios.



ABSTRACT

This research work is based on a diagnosis of the current internal and external communication at canton San Fernando's City Hall. In order to do this, a descriptive analysis was carried out, supported by surveys and interviews with the purpose of determining if the communication between the City Hall and the general public was good.

The analysis revealed a lack of communication policies in the City Hall which determines the little information that the institution offers for people to know about the municipal activities and works.

For this reason, it becomes necessary to implement communication strategies in order to organize efficient communication as much as possible so that people can understand and know the most urgent needs and improvements that the institution is carrying out.

Our idea is to offer strategies to improve the City Hall's communicative area and contribute to its search of a good image in the informative field.

KEYWORDS: diagnosis of communication, City Hall, communication strategies, efficient communication, people



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	12
Generalidades.....	12
1.- RESEÑA HISTÓRICA DEL CANTÓN SAN FERNANDO.....	12
1.1 ¿Que es el municipio?	13
1.2 ¿Cuáles son sus servicios a la ciudadanía?	14
1.3 ¿Cómo está organizado?.....	15
1.4 La Comunicación Organizacional	15
1.5 Comunicación Externa	20
1.6 La Comunicación Interna	22
1.7 La Agenda de medios	24
CAPITULO II	26
ANÁLISIS GENERAL DE LA COMUNICACIÓN.....	26
2.1 Planificación de la comunicación	26
2.2 Comunicación y Evaluación.....	27
2.3 Diagnostico de la comunicación entre funcionarios del Municipio.	27
2.4 Análisis de resultados	30
CAPÍTULO III	37
ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN EL MUNICIPIO DE SAN FERNANDO	37
3.1 Perspectiva para emprender una comunicación más eficiente.	37
3.2 Personal especializado, para una comunicación eficiente.	38
3.3 Estrategias para mejorar la comunicación.	39
3.4 Usos de los nuevos aparatos tecnológicos para la obtención de la calidad comunicativa	41
3.5 la comunicación: soluciones a los conflictos.....	43



CONCLUSIONES.....	45
RECOMENDACIONES	46
BIBLIOGRAFÍA.....	47
ANEXOS.....	49



Universidad de Cuenca
Fundada en 1867

Yo, Freddy Fernando Carchipulla Tarqui, autor de la Tesis **“EJECUCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL MUNICIPIO DEL CANTÓN SAN FERNANDO”**, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 16 de julio de 2013

Freddy Fernando Carchipulla Tarqui

0104571013

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



Universidad de Cuenca
Fundada en 1867

Yo, Freddy Fernando Carchipulla Tarqui, autor de la Tesis **“EJECUCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL MUNICIPIO DEL CANTÓN SAN FERNANDO”**, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de, **Licenciado en .Comunicación Social, Mención: Periodismo**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 16 de julio de 2013

Freddy Fernando Carchipulla Tarqui

0104571013

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



DEDICATORIA

Esta tesis dedico a mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyar me moral y psicológicamente. A mi Hermano Mesías, quién fue el que me puso a que estudie y logre ser alguien en la vida.

También le dedico a mi hijo quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar a ser un ejemplo para él. Y a mi esposa que ha sido el impulso para cumplir con éste objetivo, que con su apoyo constante y amor incondicional me ha brindado en los momentos que más le necesitaba de ella. GRACIAS A TODOS USTEDES.



AGRADECIMIENTO

A Dios porque me ha guiado y me ha dado fortaleza para seguir adelante y me ha dado la oportunidad de estudiar. A mi director de mi tesina, quien me ha compartido y brindado sus conocimientos para poder terminar mi carrera.

A mi familia, quienes fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional y que en ella quedó grandes responsabilidades y deseo de superación.



INTRODUCCIÓN

En las instituciones públicas y privadas la comunicación es la parte fundamental para alcanzar los cambios y desarrollo de las comunidades y su gente. La comunicación interna y externa ha sido siempre importante en las organizaciones, y es una de las estrategias más importantes dentro del vivir diario de las empresas.

Este trabajo investigativo se centra en conocer mediante un diagnóstico sobre la comunicación en el municipio de San Fernando y es por esto que se va evaluar si las estrategias que se utiliza en la implementación política de comunicación son propicias para brindar una información oportuna a los habitantes de San Fernando.

Partiremos por entender sobre conceptos relacionados con la comunicación organizacional. Teorías que han aportado diferentes autores sociales y que se han preocupado de estudiar sobre en las la comunicación de las organizaciones.

Otro elemento importante para estudiar es la comunicación interna y externa en las instituciones, tema de mayor trascendencia las buenas relaciones laborales. La idea es que con todo se concluya que la comunicación como tal sea la herramienta clave para el éxito de la institución.

Lo fundamental es que en este trabajo me permita en definitiva conocer la calidad de servicio que ofrece el municipio a la población de San Fernando. Para este resultado se prevé analizar y ejecutar un diagnostico a público externo para que ellos nos digan cómo es la atención y la información en el municipio.



CAPÍTULO I

Generalidades

1.- RESEÑA HISTÓRICA DEL CANTÓN SAN FERNANDO

El Cantón San Fernando, conocido comúnmente como un bello rincón Azuayo, fue fundado como pueblo doctrinero el 30 de mayo de 1562, por el español Lcdo. Juan Salazar de Villasante. Siendo su primer cura doctrinero el padre Pedro Arias de Ávila, quien fue comisionado para escribir las memorias coloniales.

La historia dice: que los habitantes radicados en Cuenca que fue fundada en 1557, deseaban obtener un camino directo a Guayaquil y en común acuerdo con los habitantes primitivos solicitaron al gobierno español de la ciudad de Quito la orden de apertura de dicho camino. Aceptada la solicitud, Salazar de Villasante ordenó convocar a los Caciques principales de esta zona cañarí que conocían la región para que aporten con sus conocimientos y experiencias para el trazado de este camino. (Piedra 1)

Villasante que era corregidor de Quito, Guayaquil y Cuenca, hace el viaje tomando la siguiente ruta:

Partiendo desde Baños o pueblo del Espíritu Santo, continuando por la Cordillera Occidental, llegan al cerro de Rumiurco (Cerro de Piedras) desde este lugar observan que al frente había una hoya pequeña, pero poblada se impresionó y a la manera española funda este pueblo como:

“SANTIAGO DE SAN FERNANDO”

San Fernando, antiguamente se llamaba región Leoquina por sus hermosas lagunas, posteriormente lo llamaban Pacaybamba por su abundancia de guabos. Por muchos años fue parroquia del cantón Girón. Hasta que el 6 de



mayo de 1986 por el desarrollo alcanzado por el trabajo de sus hijos, se convirtió en el 7mo. Cantón de la provincia del Azuay. ¹

1.1 ¿Que es el municipio?

El municipio es una institución pública, cuya función es promover el desarrollo del cantón y de sus habitantes para lograr un buen vivir. Esta institución es la encargada de velar para los cambios y adelantos de las comunidades, además ésta deberá aprovechar de todos los recursos existentes en el cantón.

La municipalidad además tiene la función principal de mantener el orden en las diferentes organizaciones, también de dar los servicios básicos para la ciudadanía.

Algunos autores sociales definen a las municipalidades como “corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas”(Orellana 68-69)

El municipio es una entidad encargada de desarrollar una gestión eficiente que brinda una mejor calidad de vida a sus habitantes, es decir, es una organización que está al frente de las necesidades de una comunidad y a su vez a resolver los problemas para el bien del cantón.

Otra característica de un municipio es de gestionar garantizar una vida digna de los habitantes, y que a través de los trabajos mancomunados obtenga el desarrollo de su cantón.

El municipio y sus autoridades son una entidad que lucha y trabaja día a día en busca de mejores oportunidades para la gente que radica en su territorio y sin ella no existiría clases de organizaciones.

¹ www.nuestrosanfernando.com



1. 2 ¿Cuáles son sus servicios a la ciudadanía?

Ésta institución es la encargada de prestar toda la atención posible a sus habitantes a través de proyectos útiles para mejorar la calidad de vida y para apoyar en las necesidades que requiere la ciudadanía, residentes en el cantón San Fernando.

La municipalidad debe dar mayor participación a sus habitantes en la toma de decisiones y hacer un trabajo mancomunado donde todas y todos sean capaces de aportar con sus opiniones y deseos para el desarrollo del cantón.

Los servicios que presta el municipio del cantón San Fernando tienen que ver con la misión que dice:

“satisfacer las necesidades y contribuir al bienestar de los habitantes con la dotación eficiente y eficaz de servicios: de agua potable, alcantarillado, educación, desarrollo comunitario, seguridad ciudadana, medio ambiente, infraestructura vial, regeneración y equipamiento urbano; con personal capacitado y comprometido con la gestión municipal y de conformidad con el plan de ordenamiento territorial y desarrollo cantonal y las disposiciones legales vigentes”. (Gobierno Municipal 1-2)

El municipio debe apoyar en las necesidades de los habitantes, debe ser una institución que trabaje pensando en resolver los problemas que exista en cada uno de los rincones de la comunidad. También está obligado mantener el orden de los habitantes en la prestación de servicios públicos, tales como limpieza, construcción de obras, servicios de alcantarillado, etc.

Otros de los servicios importantes son la lucha y el cuidado del medio ambiente, de los recursos naturales a que se queden en el mismo cantón y que sean los beneficiados los habitantes.



1.3 ¿Cómo está organizado?

Según el estatuto orgánico funcional del gobierno autónomo descentralizado de San Fernando precedido por el Alcalde, tienen como misión brindar las necesidades del pueblo y trabajar en función de los cambios en la vida de su gente.

Y es por eso que el Municipio opta por crear un organismo funcional con el fin de ir fortaleciendo y desarrollando políticas de trabajo.

De acuerdo a sus funciones La estructura organizacional del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado), el Municipio de San Fernando se alinea con su visión y misión establecida, con el propósito de asegurar su ordenamiento orgánico.

La I. Municipalidad de San Fernando trabaja de lunes a viernes con el siguiente horario de atención al público:

* En la mañana de 8H00 a 12H00 y en la tarde desde las 13H00 hasta las 17H00.

El "Palacio Municipal" está ubicado en la calle Sucre y 10 de agosto, frente al parque central.

En la planta baja funciona: biblioteca, recaudación, tesorería, comisaría, contabilidad, jefatura de avalúos y catastros, bodega, fiscalización.

En la planta alta funciona: alcaldía, secretaría general, dirección de obras públicas, dirección financiera, dirección de planificación y urbanismo, asesoría jurídica y sala de sesiones.

1.4 La Comunicación Organizacional

Liliana Guevara Soto dice "la Comunicación organizacional es el manejo de los procesos de elaboración, emisión, circulación y retroalimentación de los mensajes dentro del área de trabajo, tendentes a aumentar la productividad y la calidad de las organizaciones" 45.



Ante esta teoría, yo sostengo que todas las instituciones o empresas públicas dan importancia a la comunicación organizacional, porque ejerce un rol propicio para la vida de la sociedad en el desarrollo de la actividad económica y política. La comunicación organizacional ayuda al desarrollo de una institución, pero lo fundamental es lograr una autoestima en el grupo interno y encontrar la unión en el mismo.

La comunicación organizacional podemos entenderla como la visión de todo ente municipal en su afán de hacer del proceso comunicativo, una herramienta más productiva para lograr el mejor vivir de sus habitantes y de sus colaboradores internos, quienes hacen y trabajan para lograr cambios en el cantón.

De acuerdo al investigador Abraham Nosnik (ctd en Duarte 301) plantea:

“La propuesta conceptual de la comunicación organizacional nace de la observación de los procesos de calidad en las organizaciones que son, según el sentido del autor, un tipo de comunicación a la inversa: no inician con lo que el emisor quiere informar a su receptor, sino con la inquietud de un emisor (llamado «proveedor» en este tipo de metodologías) por saber qué es lo que el receptor requiere de él, para cumplir con sus metas y objetivos productivos”.

El éxito dentro del municipio de San Fernando se logra al obtener una comunicación organizacional interna y su interés es alcanzar estrategias para mejorar la calidad de la misma.

La organización hace posible despertar el interés de todo un grupo para cumplir con sus deberes y que esta institución logre un trabajo mancomunado que permita la colaboración de público en las actividades que desarrolla el cantón.

“Las organizaciones son sistemas hechos de comunicaciones. La comunicación garantiza la eficiencia de todo gerente, este debe identificar cuáles son sus habilidades en este campo y comprender los retos que esta genera”. (Pereira 102)



Basado en esta teoría ¿será que las organizaciones son sistemas de hechos comunicacionales? Ésta teoría nos explica el sobre la comunicación de todos los directivos de una empresa en su afán de encontrar buenas relaciones personales con el grupo de colaboradores de la empresa.

“La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de esta, con los de su personal y con la sociedad”.
(Posadas 4)

Al decir del autor que habla sobre la comunicación organizacional es una herramienta de trabajo, a la teoría, yo sostengo que la comunicación es la que determina las actividades de cada departamento para ejercer sus funciones y así a cumplir con sus objetivos, es decir el trabajar en equipo se logra mejores resultados.

También la comunicación organizacional nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo.

Asimismo la comunicación permite identificar la organización de la institución para cumplir con las demandas de las necesidades de la colectividad. Si la ciudadanía conoce el trabajo y la organización del Municipio, les permitirá ajustarse para colaborar con sus opiniones y de esta forma hacer una comunicación donde exista el dialogo entre el grupo interno y el público externo.

Según el documento Comunicación y Organización Empresariales dice:



“La información es el factor fundamental del desarrollo político. Una sociedad desarrollada es aquella que ha logrado una elevada tasa de interacción de comunicación entre sus miembros, por lo que permite hacer frente a la inseguridad a través de una participación efectiva, tanto en los procesos informativos como decisorios”. (Comunicación y organizaciones empresariales 27-28)

Karl Weick, conceptualiza en su tesis que la idea básica es que las organizaciones no son estructuras simples sino entidades, creadas por los miembros, que se transforman constantemente para alcanzar los objetivos. (K. Weick 276-277)

Siguiendo la teoría de Karl Weick plantea:

“la comunicación es clave para el proceso de organización, ya que es un factor importante en el proceso de creación de sentido que la gente usa cuando se organizan. El proceso de construcción de sentido es un intento de reducir la equivocidad o múltiples significados, en la información utilizada por las personas de la organización. Cuando la información es manejada por los organizadores que pasan por las etapas de:

Promulgación - donde se definen la situación y comienza el proceso de tratar con la información,

Selección - donde se estrechen la equivocidad de decidir qué hacer frente y que dejar el tiempo, ignoran o desconocen y retención – donde deciden qué tipo de información y sus significado conservarán para su uso futuro”. (Weick, Karl 204)

Al aporte del autor sobre ésta teoría, yo pienso que la comunicación esta en todo, y que sin comunicación no hay organización y a su vez la comunidad no tiene cambios en su desarrollo.

Según el libro de Teoría de Información de Organizacional de Karl Weick introduce que una organización es un sistema estable de individuos que



trabajan juntos para alcanzar determinados objetivos, mediante una jerarquía de rangos y división del trabajo, los objetivos comunes. Las relaciones entre miembros de una organización son relativamente estables. La estabilidad estructural hace que una organización funcione para lograr determinados objetivos.

Con respecto a la teoría del autor sostengo que lo primero que debe existir en una empresa es la relación interpersonal, ello permite estar al tanto de lo que hace la institución en procesos de comunicación.

A la comunidad se le tiene que facilitar el libre ejercicio de la información, ninguna cosa debe ser escondida y si las cosas no se hacen con claridad la gente va entender mal, lo cual a su vez produce ruidos en la comunicación y en el resto de la comunidad.

Pellón, menciona en su obra:

“la organización de un evento, de un acto institucional o de empresa no puede quedar en modo alguno desligado de los parámetros de comunicación e imagen que el acto conlleva, siendo por tanto una fase dentro de la estrategia comunicativa global de una organización”. (12)

De la tesis del autor sostengo que la para encontrar en la institución una autentica organización primero hay que buscar que exista la comunicación, una estrategia para cumplir con lo que se busca.

Otro autor como Rigoberto Soria Ramo señala:

“La comunicación organizacional 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 entre esta y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización”.

(14-15)

En conclusión puedo indicar que la comunicación organizacional que aportan los autores, dan mensajes favorables para que las instituciones entiendan y se comprometan mejorar la parte comunicativa, todo esto les ayuda llegar al grupo interna sin necesidad de dar obligaciones y tareas, más bien es la propia colaboración la que hace que se logre la imagen de la municipalidad como tal.



Con este enfoque el municipio tendrá su respaldo a través de la colaboración y acogida de sus habitantes para seguir trabajando por el cantón hacia el desarrollo.

1.5 Comunicación Externa

En este contenido queremos estudiar sobre la comunicación externa, es decir como son las relaciones institucionales del municipio con el público externo. Todo esto y con los aportes de diferentes autores nos permitirá entender sobre lo que realmente significa la comunicación externa.

Se entiende como “Comunicación externa el proceso que consiste en vincular información o contenidos informativos desde la empresa u organización institucional hacia el conjunto de la opinión pública a través de medios de comunicación” (COE 42)

La tarea de toda organización es saber que la comunicación es una necesidad primordial para el ciudadano que integra una determinada población, porque mientras no exista un buen ambiente comunicativo interno, no es posible lograr un equipo de colaboradores exitosos y sin ellos no hay autoestima para la atención del público.

Además pienso que la comunicación debe ser el proceso clave para el éxito de toda institución y de allí vendría la preocupación de que el departamento de comunicación sea el responsable de mantener bien informada a la población externa y a su vez organizada al propio Municipio.

Otra característica es que para mantener la comunicación en una organización sería necesario partir de que el responsable sea la persona que sepa escuchar al grupo y en consecuencia logre incentivar a toda la estructura que conforma el municipio, es decir el Alcalde, los concejales y colaboradores de los diferentes departamentos sean una sola familia.



Según Joan Costas, dice que “La comunicación transporta información sobre el hecho comunicado, le confiere sentido y significación, los enriquece con argumentos, valores y transporta las opiniones personales generalizada y significativa: la opinión Pública”. (Costas 67-68)

Para lograr que toda institución alcance sus objetivos y cumpla con el parámetro de trabajar para el desarrollo de la comunidad, primero deber estar al frente la política comunicativa, esto se consigue con la unidad y compañerismo entre los colaboradores.

El momento que se exista comunicación entre el público y los directivos de la institución, el cantón empieza caminar adelante, empieza a desarrollarse y el respaldo ya no es de unos pocos, sino es la unidad la que logra el éxito.

Una institución no puede trabajar por si sola o por unos cuantos, sino la unidad es la que hacen que los objetivos se cumplan a su tiempo y que todo lo que se planifique se desarrollen de buena forma.

Todas las instituciones, deben relacionarse con la gente, para poder conocer las necesidades y problemas que ellos tengan.

“La imagen de la empresa no depende solo de aquello que la organización quiere mostrar, sino también de “lo otro” que el público quiere captar, apropiarse, interpretar.

(Guisasola 63)

Las organizaciones dependen del público externo para sobrevivir, porque ellos siempre van a poner la mirada en sus representantes para juzgar o brindar sugerencias. Las instituciones tienen la obligación trabajar con el público, hacer que la comunidad se involucren y trabajen, mientras las autoridades de la institución sea sus representantes y no mandantes.



Las comunicaciones integradas-internas y externas a la planificación en general no actúan de manera independiente desde afuera de la organización, sino que conviven en ella en un sentido constructivo y proyectivo. (Guisasola 68)

Es verdad que una organización no puede vivir y hacer las cosas independientemente, sino que se necesita el respaldo del público externo, quienes precisamente ponen en manifiesto de las necesidades para que el grupo o institución conozca y tome manos al asunto, ya que ellos (organización) están para servir a la parte externa.

1.6 La Comunicación Interna

La comunicación es un factor primordial dentro de las instituciones o empresas, teniendo en cuenta que el grupo interno tiene la obligación de llevar la atención del público. La comunicación interna debe existir en todas las organizaciones ya que será la clave para el desarrollo de la institución y para facilitar un buen desempeño a todo el grupo en sus obligaciones.

La comunicación interna ayuda a toda organización a crear un clima laboral favorable para cumplir con los objetivos y agendas que lo planifican día a día, a través de esto se obtendrá una imagen agradable de la empresa.

Liliana Guevara Soto, habla sobre el concepto de la comunicación interna y menciona:

“La comunicación interna es responsabilidad y compromiso de todos los colaboradores de una empresa y debe ser participativa. Hace varios años, aunque tímidamente, las empresas apostaron por la comunicación empresarial. Hoy, los resultados son favorables con relación a la motivación e integración de los empleados de las campañas, pues han logrado mejoras productivas, descensos en los índices de conflictos laborales y un ambiente de trabajo positivo” (.45).



Estableciendo esta hipótesis ¿será que la comunicación interna ayuda a la integración entre empleados de la empresa?, yo pienso que si es posible mientras exista unión y colaboración entre empleados, porque si existiera personas desmotivadas y sentirse más que el otro, difícil sería lograr la armonía en el grupo interno.

Otro autor hace énfasis sobre la comunicación interna y dice que es una necesidad de la empresa de comunicarse con los miembros de su organización y gestionar la información que circula de manera interna por la misma, que ha cobrado reconocimiento a lo largo de los años noventa.(García 1-2)

La comunicación interna se ha convertido en uno de los instrumentos esenciales que poseen las organizaciones para mejorar en su eficiencia y eficacia organizativa. (Esparcia 7-8)

La aportación del autor Rafael Serrano Rodríguez, dice:

“La comunicación interna, potenciada con las nuevas tecnologías, como herramienta de generación de confianza, constituye una de las vías más eficaces para lograr una efectiva transparencia informativa, tanto interna como externa”.

(199)

Mientras que otro autor que hace referencia a la comunicación interna y señala:

“La comunicación interna creada por el propio sistema de comunicación de la empresa, está constituida por la información que los cargos de la institución transmiten a sus miembros (trabajadores) y aquella que los cargos de la empresa reciben por parte de sus miembros en un constante proceso de retroalimentación” (Castro 4-5)

La comunicación interna es rentable, porque ayuda a transmitir los objetivos de la empresa y aumenta la motivación y la productividad de los colaboradores. (Castro 14)

Según la frase del autor de que la comunicación interna ayuda a transmitir los objetivos de la empresa, yo sostengo que el autor se basó a acuerdo a su motivación propia, es decir cuando existe comunicación interna y uno es parte



de esa buena comunicación nos lleva a hacer las cosas con motivación hasta cumplir su obligación.

Una vez establecido algunos conceptos sobre la comunicación interna, podemos entender que la existencia de la comunicación en las instituciones hace que el grupo interno se sienta motivado para crear mensajes propicios a la comunidad. También recalco que la comunicación ayuda a establecer mayor participación e integración a la sociedad.

1.7 La Agenda de medios

MacCombs conceptualiza que la agenda-setting se refiere a la influencia que los contenidos de los medios ejercen sobre las preocupaciones de los receptores, sobre sus argumentos de debate, sobre la gestión de sus intereses, etc.

Luego de este énfasis, el mismo autor dice:

“La elaboración de agendas está en la base de la sociología política y es especialmente intensa en las etapas electorales, en las que políticos, a través de los medios, buscan mantener el interés y el pulso de opinión en torno a los temas que son objeto de su programa”. (McCombs 53- 54)

La teoría del establecimiento de agendas se centra en la capacidad de los medios de comunicación para graduar la importancia de la información que difunden, otorgando un orden de prioridad, con el fin de favorecer una determinada percepción ciudadana sobre las noticias de la vida pública. (Serrano 1-2)



Además la agenda es la basa de trabajo coordinado diario de la empresa, es decir es como una guía a seguir cuyo fin es llegar y conocer las necesidades más urgentes de los habitantes.

Si no se crea la agenda no es posible llegar a tiempo para resolver los posibles conflictos o problemas que pueda tener una comunidad. La agenda ayuda a enfocar de manera consciente a resolver las necesidades.

De acuerdo al teórico Walter Lippmannn (ctd en McCombs 135), argumenta:

“la agenda setting, es una teoría de las ciencias sociales que traza un mapa muy detallado de la contribución de la comunicación de masas, a las imágenes que nos hacemos de la política y de los asuntos públicos. Es una teoría sobre la transferencia de relevancia de las imágenes del mundo que dan los medios de comunicación a las imágenes de nuestra cabeza”.

La influencia a la hora de fijar la agenda es, en su mayor parte, un subproducto involuntario de la necesidad que tienen los informativos de centrarse en unos pocos asuntos cada día. (McCombs 53-)

Yo sostengo que el autor se refiere que el establecimiento de la agenda setting es por la necesidad que los medios tienen a la hora de ordenar su trabajo sobre temas que tengan un grado de interés para el público.

Los medios de comunicación establecen la agenda cuando tienen éxito a la hora de absorber la atención sobre un tema. (McCombs 121)

Pienso que muchos autores han colaborado y se han preocupado de la importancia de la agenda de medios en las instituciones, es por eso que mi inquietud para que el municipio cree la agenda. Así les facilitaría a sus colaboradores de sus obligaciones para emprender de mejor manera sus tareas dentro de sus departamentos. La necesidad de la agenda vendría a ser como un plan de trabajo anticipado para lograr sus objetivos.



CAPITULO II

ANÁLISIS GENERAL DE LA COMUNICACIÓN

Fases de la Comunicación:

2.1 Planificación de la comunicación

Algunos autores de las ciencias sociales definen que la planificación de la información y comunicación facilitan la interrelación con el entorno y permiten establecer relaciones sociales frente a otras instituciones a nivel nacional e internacional. (Fernández 1-2)

La planificación debería estar en todo proceso donde se busca cumplir con los objetivos de los trabajos que desean cumplir dentro de una sociedad.

La planificación debe seguir un orden, es decir seguir una secuencia para la toma de decisiones que vaya en beneficio del grupo, trabajar en equipo.

Otro autor como Christina Marina Ramírez Ocando menciona que “la planificación implica un proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas” (3-4)

En base a los criterios de los autores sociales que hemos citado yo mantengo los juicios de valor ante al tema para describir que quien planifica su trabajo tendrá más posibilidades de facilitar su tarea y por ende mayores oportunidades de ser un funcionario de gran aporte para sus empresa.

La planificación estratégica dice que toda organización tiene alguna finalidad, alguna noción del porqué de su existencia y de lo que va a realizar; por consiguiente, debe definirse la misión, los objetivos y el ambiente interno que necesitan los participantes, de los que depende para alcanzar sus fines. (5-6)



De ésta forma hemos aportado que la planificación ayuda a establecer estrategias de un trabajo coordinado y planificado a su debido tiempo. No se puede ejecutar un proyecto sin su debida planificación, sin entender que es lo primero que debemos hacer y si no existe planificación, no hay comunicación. ¿Por qué? Sencillamente porque la comunicación es mantener la unión en el grupo y si ésta unión existe es posible la elaboración de planes.

2.2 Comunicación y Evaluación

Otro autor manifiesta que la evaluación “se entiende como un proceso sistemático de recogida información, respecto al sistema general de actuación, en relación con unos criterios o referencias para formar juicios de valor acerca de una determinada situación y tomar decisiones”. (López 200- 201)

La evaluación es importante para medir la calidad comunicativa en la institución, porque a través de esta característica nosotros podemos responder a las exigencias, procesos y servicios informativos. Una vez dado este paso podremos medir o diagnosticar para saber si respondemos a una acción comunicativa aceptable por todos los ciudadanos.

El mismo autor recalca que la evolución es el instrumento que se sirve a la comunicación para ofrecer una acción de calidad. Se trata de una doble aceptación, ofrecer a los responsables de la información una calidad comunicativa. (201-202)

2.3 Diagnostico de la comunicación entre funcionarios del Municipio.

Nuestra idea es conocer es la comunicación en el municipio, es decir las relaciones entre los trabajadores y empleados con los directivo de la institución y también con el público externo.



Solo mediante la ejecución de un diagnóstico nos ha permitido fijar la falta de comunicación existente en la institución, debido a la despreocupación por parte de las autoridades de implementar más políticas de comunicación.

Según el autor Miguel Ezequiel Badillo Mendoza dice:

“El diagnóstico desde la comunicación como parte integral del proceso de análisis e investigación, es una tarea destinada a discernir los diferentes componentes comunicacionales de una determinada situación. Si bien puede señalarse como una fase particular dentro del desarrollo metodológico, la actitud del diagnóstico se instala como una mirada que permite a los distintos actores establecer diferencias y regularidades, las características propias de cada situación, reconocer la trama compleja de las relaciones y la forma como los actores se constituyen comunicacionalmente en la misma desde una perspectiva histórica”, (153)

Según a la tesis de autor, el diagnóstico es como la parte integral del proceso de análisis e investigación, yo expongo que la teoría tiene que ver con el trabajo investigativo que se lo realiza en las instituciones, cuyo propósito es establecer los resultados de los análisis sobre el estado de comunicación, es decir cómo funciona la comunicación en tal empresa.

Luego de elaborar el respectivo diagnóstico sobre la comunicación a personas que laboran en el municipio del cantón San Fernando, se llegó a determinar que en el municipio hace falta un profesional de comunicación social, quien se encargaría de manejar políticas de comunicación para que la organización pueda dar a conocer al público sobre asuntos que lo realiza el municipio, sobre los cambios a efectuarse en un periodo de tiempo, para que la gente conozca y brinde opiniones favorables.

La poca comunicación que se conoce internamente en el municipio es en base a que el grupo interno muchas de las veces no sabe cómo llegar a la comunidad para brindar mensajes o acatar inquietudes.



Marco Peña, Alcalde de San Fernando, manifiesta la necesidad de crear un departamento de comunicación, pero lamentablemente el municipio no cuenta con dinero para la creación de ésta entidad (departamento de comunicación).

A la pregunta efectuada ¿quién es la persona encargada transmitir toda la información relacionada con las actividades del municipio?; nos manifestó las siguientes características:

- 1 Formando comisiones para que se encarguen de desarrollar actividades deportivas, sociales, culturales, etc.
- 2 Designando personas voluntarias que laboran en el municipio para brindar información al público externo sobre las actividades que viene desarrollando la municipalidad.
- 3 La persona de recurso Humanos es uno de los departamentos que designada a brindar información sobre asuntos y actividades. Los recursos humanos es el que más dirige el área de comunicación y/o relaciones públicas y todo lo relacionado con información del municipio, finalizó.²

Mediante una observación y recopilando opiniones de la gente que asiste a diario a la municipalidad para hacer gestiones en busca de apoyo para solucionar los problemas y necesidades de la comunidad, comparten la poca comunicación que existe dentro del municipio en razón que tienen que venir días tras días para que puedan recoger sus inquietudes. También opinar la necesidad de emprender una correcta política de comunicación en el municipio de San Fernando.

Armando Romero, comunicador social y gerente de la radio Armonía De San Fernando, dice:

“Es fundamental, que en los GADS, (Gobiernos Autónomos Descentralizado de San Fernando), se cumpla con lo que establece la Ley, de implementar políticas de

² Entrevista realizada al alcalde Ing. Marco Peña el 3 de Julio de 2013



comunicación, además que en el municipio deben ser profesionales calificados y se debería aplicar los concursos de méritos y oposición, para que vaya el más capacitado y cumpla con su rol de comunicación.³

2.4 Análisis de resultados

Según el análisis que realizado mediante encuestas a los habitantes del centro del cantón san Fernando, se comprobó una vez más la necesidad de que el municipio trabaje en el campo comunicativo, puesto que la falta de comunicación en el municipio conlleva a la desinformación, y de allí la gente no entiendo de lo que realmente está realizando la empresa para brindar mejores formas de vida.

En esta parte detallo los resultados de la encuesta aplicada y que fueron tabuladas mediante la aplicación descriptiva.

Análisis de Resultados

Pregunta Nº 1

1.- ¿Conoce Ud. Si en el municipio existe un departamento de comunicación o algún otro lugar donde a usted le facilite la información relacionada con los trabajos municipales.

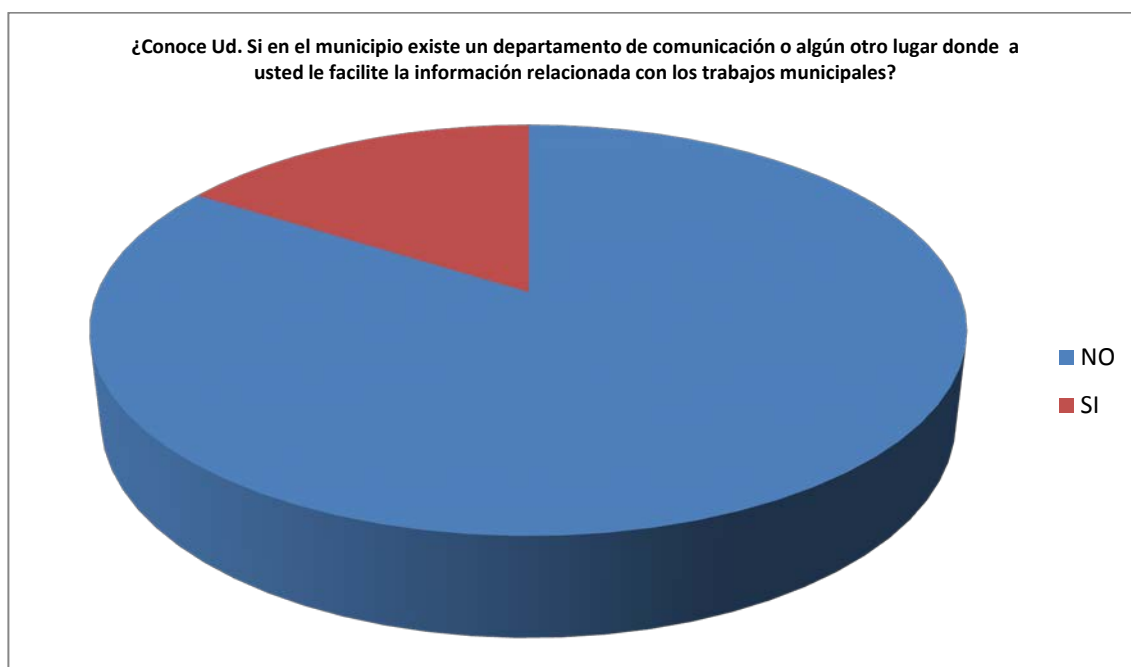
³ Entrevista realizada Armando Romero el día 05 de julio del 2013. Por Freddy Carchipulla.



Cuadro N° 1

Alternativas	N°	%
SI	8	16%
NO	32	84%
Total	40	100%

Gráfico N° 1



Elaborado por: Freddy Carchipulla

Fuente: habitantes del centro de San Fernando.

De las 40 personas encuestadas treinta y dos, (84%) manifiestan que el municipio no tiene un departamento de comunicación., mientras que ocho (16%), dicen desconocer la existencia de un departamento de comunicación. Ante los resultados, esto quiere decir que sobre la ausencia de estrategias de comunicación a medida que hace falta un sector encargado de difundir mensajes a la población en general.



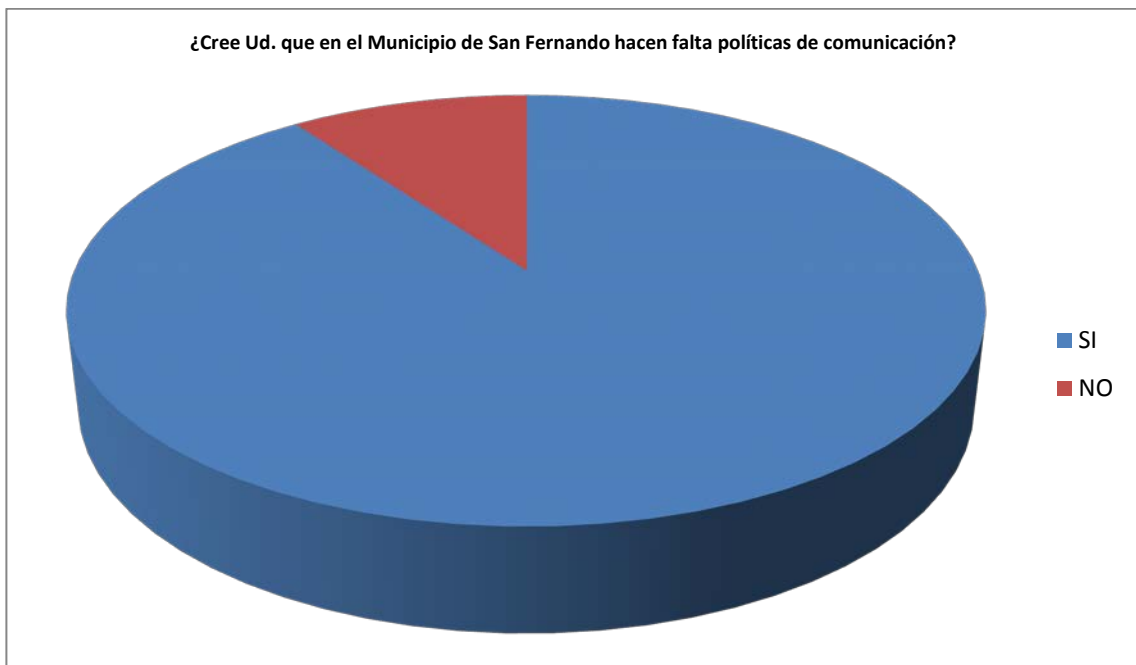
Pregunta N° 2

2.- ¿Cree Ud. que en el Municipio de San Fernando hacen falta políticas de comunicación?

Cuadro N° 2

Alternativas	N°	%
SI	36	90%
NO	4	10%
Total	40	100%

Gráfico N° 2



Elaborado por: Freddy Carchipulla

Fuente: habitantes del centro del Cantón San Fernando.



En la pregunta dos sobre la falta de políticas de comunicación en el municipio, de las 40 personas encuestadas treinta y seis responden que si (90%) y 4 dicen que no hace falta

(10%).

De este modo observamos que los habitantes de San Fernando desconocen en un buen porcentaje de los servicios y actividades que hace la municipalidad no con el fin de crear prejuicios, sino por la carencia del departamento de comunicación en la institución. Mientras tanto que un porcentaje muy pequeño afirma que la información brindada por el municipio es buena.

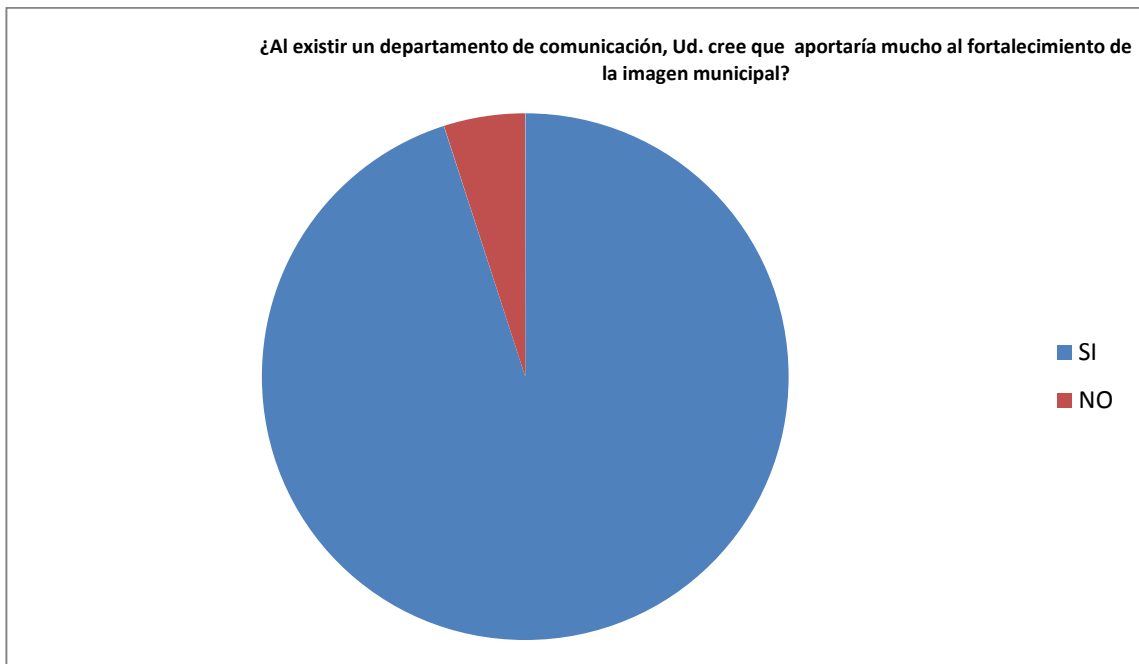
Pregunta N° 3

3.- ¿Al existir un departamento de comunicación, Ud. cree que aportaría al fortalecimiento de la imagen municipal?

Cuadro N° 3

Alternativas	N°	%
SI	38	95%
NO	2	5%
TOTAL	40	100%

Gráfico N° 3



Elaborado por: Freddy Carchipulla

Fuente: habitantes del centro del Cantón San Fernando.

Un promedio de treinta y ocho personas (95%), están de acuerdo sobre los cambios positivos que resultaría al existir un departamento de comunicación, y eso facilitaría conocer las obras y los financiamientos que hace la municipalidad, es decir cuando se trabaja conjuntamente con la comunidad se mira que la institución va creciendo y fortaleciendo para los cambios y desarrollo del cantón. Un 5% dice dicen que no cambiaría en nada.

Pregunta N° 4

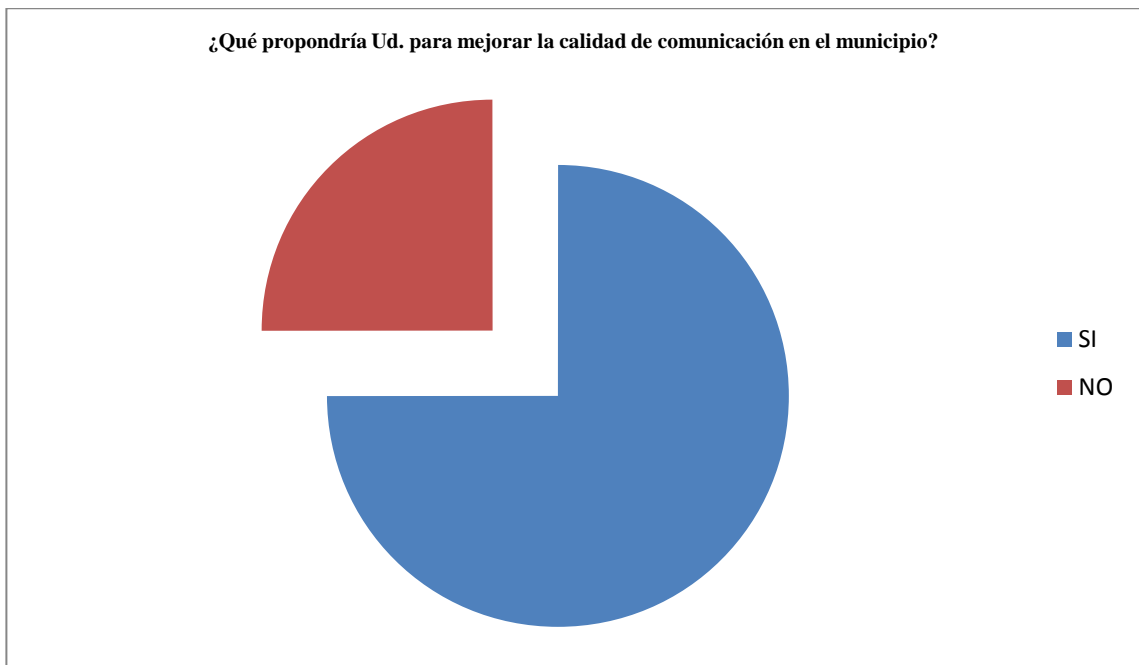
4.- ¿Qué propondría Ud. para mejorar la calidad de comunicación en el municipio?



Cuadro N° 4

Alternativas	N°	%
SI	30	75%
NO	10	25%
Total	40	100%

Gráfico N° 4



Elaborado por: Freddy Carchipulla

Fuente: habitantes del centro del Cantón San Fernando.

En la pregunta cuatro de la 40 personas encuestadas treinta (75%) dan sus propuestas sobre algunas estrategias para mejorar la calidad comunicativa en el cantón San Fernando; en base a que el municipio busque partidas para la creación de un departamento de comunicación, también que las autoridades



trabajen más con el pueblo y los encargados de dar mensajes lo difundan constantemente.

De acuerdo al análisis realizado todos concuerdan con la necesidad de que en municipio debe contribuir con una eficiente comunicación para el público, de esta característica se logra difundir los servicios que dan el municipio y eso debe enterarse la ciudadanía.



CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN EL MUNICIPIO DE SAN FERNANDO

3.1 Perspectiva para emprender una comunicación más eficiente.

En ésta parte entra el rol del comunicador social, cuya función es de comunicar y transmitir mensajes para la sociedad. Tiene que ser más social y vincularse con la gente para dar a conocer de los cambios que se están suscitando en la actualidad.

Mientras exista un profesional de la comunicación social en el municipio, sería el encargado de velar por comunicar las necesidades de la comunidad y no hacer solo por los intereses de la empresa, sino acatar a las necesidades del público.

La gente tiene el derecho saber el manejo de las estrategias de comunicación que tiene toda organización. Estrategias de relaciones empezando desde el alcalde hasta llegar a persona de limpieza.

Si no existe buenas relaciones en el campo comunicacional entre los miembros de los funcionarios del municipio, resultaría difícil emprender una comunicación eficiente, y eso reflejaría en la poca información que preste al público.

Desde todos los departamento debe existir una autentica identidad organizacional, para que las personas sientan el respaldo de los demás y puedan cumplir con sus obligaciones.

Tenemos claro desde ésta perspectiva que para lograr una eficiente Comunicación institucional, hace necesario brindar información de un modo



eficaz y estratégico a las personas que laboran en el municipio. Para ellos luego sepan interpretar su actitud frente al público.

3.2 Personal especializado, para una comunicación eficiente.

Sin duda la adquisición de profesionales preparados en la rama de la comunicación social es el desafío que tendrían las empresas o instituciones públicas o privadas cuyo reto será estructurar una información clara y transparente.

La forma de comunicación interna es la base para el logro de los resultados satisfactorios por parte de las instituciones públicas.

En este apartado quiero demostrar una de las causas negativas al no tener un profesional especializado, para ello ha visto necesario de hacer sondeos mediante una breve observación de cómo se comunican el personal interno y la mayoría dan por que la comunicación es de manera directa con el alcalde y mediante oficios, pero esta forma de comunicación se aplica pocas veces, porque en la mayoría de los casos los trabajadores y empleados se enteran por rumores de algunos programas va realizar el municipio, pero que ellos no han tenido la oportunidad de sugerir algunas opiniones.

Es entonces donde un profesional de comunicación social tiene su obligación de hacer sentir que todo el grupo se sienta identificado para no tener ese error de no informar a todos los miembros.

El comunicador social tendrá su misión de hacer una comunicación más eficiente. De tener la “capacidad de expresar con claridad la información, datos financieros, económicos, y estadísticas de forma clara y concisa con excelente gramática y correcta ortografía”. (Guevara 83)

Un profesional de comunicación social es la persona indicada para hacer una comunicación transparente y transmitir a la sociedad de todos los servicios que lo realiza las instituciones.



La persona que tiene la obligación de mantener bien informada a la sociedad tiene que ser optimista, preparada, y ser bastante observador de la sociedad.

Según Harold D. Lasswell, plantea, que el proceso de la comunicación en la sociedad realiza tres funciones:

- ✓ Vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y las partes que la componen.
- ✓ Correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno.
- ✓ Trasmisión del legado social. (10)

Mediante el análisis expongo que primero el comunicador social debe ser el escolta de la sociedad, es decir saber que necesidades tiene la comunidad para llevar y dar a conocer a la institución. En lo segundo hace referencia a que él mismo tiene que hacer saber a la comunidad la pronta atención a sus inquietudes. Y lo último la aceptación de la dos partes municipio y comunidad.

3.3 Estrategias para mejorar la comunicación.

Los municipios como entidad pública es una entidad de apoyo de los habitantes del cantón es generar estrategias comunicativas cuyo propósito es para lograr una clara y veraz información a todos los ciudadanos que desea saber y conocer los trabajos y gestiones municipales.

Una de las estrategias que debe impulsar la municipalidad de San Fernando es generar mayor información a diario, con fin de que la ciudadanía entienda sobre las actividades que la institución cumple para el beneficio de la comunidad.

Otra estrategia es que la institución cree un departamento de comunicación y que éste sea el encargado de difundir la información que produce la municipalidad.

Ana Belén Fernández Souto, en su teoría dice:



“Una de las principales tendencias que se está generalizando en el sector de la comunicación institucional actual es la profesionalización de sus responsables de comunicación. Hasta hace tan sólo unos años, resultaba común, tanto en las organizaciones empresariales como en las institucionales, que los máximos responsables del ámbito de la comunicación no fuesen personas formadas específicamente para desempeñar estas tareas. Hoy día, esta carencia de formación se está subsanando y aumentan las organizaciones que apuestan por la profesionalización para todos sus miembros, siendo las preferencias por los universitarios –licenciados en cualquier rama de Ciencias de la Información, aunque especialmente en el caso de Publicitarios, Relaciones Públicas y periodistas– o especialistas”. (3)

¿Será que las instituciones públicas apuestan sobre la adquisición de personas profesionales para el campo de la comunicación?, yo sostengo que en caso de ser así se espera que todas las instituciones se esfuercen por gestionar la adquisición de gente preparada en la rama de comunicación social propicia para la elaboración de mensajes para que facilite a todos los habitantes.

Otra de estrategia tiene como objetivo de informar, motivar, y crear experiencias en el público a que participen y colaboren en las actividades que tiene previsto la institución; todo esto refleja que si es posible efectuar programas de comunicación para que la gente entienda y tome acciones positivas.

A la teoría de la autora Karen Álvarez, una importante estrategia es crear y desarrollar un sistema de comunicación que permita conocer y apropiarse la misión, valores y mística institucional, con el propósito de fomentar una visión integral del trabajo. (243).

Recogiendo a la teoría de la autora, yo sostengo que la comunicación es una estrategia para cumplir con la misión de las instituciones y que ella ayudaría realizar un trabajo mancomunado, donde todos y todas sean participes de los cambios que lleva a cabo la institución como tal.

La misma autora da algunas características sobre las estrategias de comunicación:



- 2 Creación y aplicación de una herramienta de comunicación.
- 3 Preparación de boletines informativos físicos y electrónicos que den cuenta de las principales actividades realizadas en la institución. (253)

Cuando el pensamiento estratégico penetra en la planificación de la comunicación, en las organizaciones tiene que definirse en un marco de competencia con visiones de futuro. (Contreras 16)

Respecto al pensamiento del autor yo sostengo que la sociedad se organiza con visiones a futuro y es las buenas formas de comunicación que exista con la institución permite dar una nueva forma de vida.

Las diferentes estrategias en usos de la comunicación nos guía a la convivencia entre sociedad, entre hermandad y eso nos hace pensar y preguntarnos ¿qué es lo que queremos hacer ¿ cómo vamos a hacer? ¿Cómo vamos a lograr? Para encontrar la relación de armonía con el personal interno y externo.

3.4 Usos de los nuevos aparatos tecnológicos para la obtención de la calidad comunicativa

La tecnología debe ser considerada como un nivel intermedio entre la Ciencia y la Sociedad, de modo que los grandes avances tecnológicos desarrollados por la Ciencia puedan convertirse en aparatos o servicios susceptibles de comercialización, cubriendo las necesidades de los individuos de una sociedad mediante su adquisición. (Marin 4)

En la actualidad la tecnología ha avanzado de manera considerable y esta ventaja dio un giro favorable para el bienestar de las instituciones en su afán de brindar a la ciudadanía una comunicación eficaz y enriquecedora con la obtención de información relacionada con los trabajos municipales.

Es por eso que en el presente siglo hay que aprovechar de toda la tecnología para la implementación de nuevos sistemas de comunicación, que no es otra



cosa que pensando en las mejorías a la hora de difusión de los mensajes y pensando en la gente que se les facilite la obtención de información sin necesidad de acudir a la institución, sino que desde sus casas ellos puedan conocer las actividades que desarrolla los entes gubernamentales.

De acuerdo al investigador Gurstein, (ctd en Finquelievich 7-8), plantea:

“la Tecnología de Información y la Comunicación proporciona recursos y herramientas que las comunidades y los individuos que viven en ellas pueden usar para conseguir sus metas en áreas como desarrollo económico local, desarrollo cultural, activismo cívico, salud física y mental de la comunidad y medio ambiente, entre otras”

A la teoría de autor, yo sostengo que la tecnología de información y la comunicación ayuda a generar una nueva propuesta para las nuevas formas de comunicación y por ende a generar mayor participación de la población para el desarrollo de su comunidad.

Vivimos en un mundo plasmado de nuevos aparatos tecnológicos y es por eso que las instituciones públicas deben dar más importancia para adquirir las nuevas tecnologías, que les permita facilitar su trabajo comunicativo.

El uso y apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación se han constituido en herramientas para la competitividad, de allí que uno de los grandes retos que tiene el comunicador organizacional es la de generación de sentido de trabajo en torno a las nuevas tecnologías. (Freire 15)

Al concepto del autor en su teoría, mi crítica es que mientras el comunicador empiece por adquirir conocimientos de muchas posibilidades que hoy en día nos da las nuevas tecnologías lograría penetrar al público con informaciones bastantes satisfactorias.

La adquisición de nuevas tecnologías permite la expresión en línea de opiniones, críticas y propuestas relacionadas con planes y problemas locales y la participación en la planificación y gestión urbana. (Finquelievich 15)



El equipamiento de nuevos aparatos tecnológicos en las instituciones, demuestran ser una herramienta de gran utilidad para la trasmisión y conocimiento de la cultura, de las costumbres y actividades sociales y económicas de la población fernandenses.

Las nuevas tecnologías que son más sofisticados ayudan a implementar nuevas políticas de comunicación en la institución y en efecto ayuda a manejar bien los planes y objetivos de los trabajos municipales. También sirve para dar un paso adecuado en la ejecución de los trabajos por parte de los gobernantes, quien brinda su colaboración para con el cantón mediante un previa información de gran calidad.

3.5 la comunicación: soluciones a los conflictos.

La obtención de una comunicación aceptable en las instituciones reduce la existencia de conflictos, en razón que la comunicación ayuda a la unión entre compañeros de una organización a mantener las buenas relaciones personales.

La comunicación ayuda al desarrollo y bienestar de los habitantes, evita los posibles conflictos y ayuda al crecimiento personal mediante el diálogo y la búsqueda de la buena autoestima a sus trabajos.

Mientras no exista la buena comunicación en la institución es posible que no se pueda combatir los conflictos internos se presenten y a no poder enfrentarlo al problema, la institución se ve en riesgo de no poder solucionar o trabajar pensando en el desarrollo de la comunidad, de allí vendría la poca aceptación del público externo, quienes terminarían criticando a la organización.



Es tan grave que existan conflictos en las instituciones porque los pueblos no se desarrollan y la gente sufre ante las necesidades de saber que la organización le cuesta dar breves soluciones.

Entonces la comunicación es fundamental en las instituciones, porque a través de las buenas relaciones existentes en la parte interna, permitiría desarrollar actividades que nos lleve brindar cambios para la buena atención a los habitantes.



CONCLUSIONES

Del diagnóstico realizado en el municipio de San Fernando pudo constatar algunas realidades negativas respecto a la comunicación institucional.

Además se puede observar grandes falencias y descuidos en cuanto a la comunicación interna, por todo lo que algunos trabajadores no saben a quién acudir al momento de presentarse un error en sus labores.

Gran parte del público se manifiesta la urgencia de implementar departamento de comunicación para que les brinde apoyo y seguridad acorde con las necesidades de la población.

Por último se determinó la falta de investigación y comunicación por parte de los directivos del municipio para con el pueblo y comunidades y muchas de las veces ejecutan los trabajos sin consultar a la gente que vive en esa comunidad.

Las debilidades que se presenta en el campo de la comunicación y como críticos constructivos que somos ante la sociedad es por la carencia comunicador social profesional.

En definitiva los encargados de difundir información relacionada con las actividades que realiza el municipio no son las personas indicadas, ellos tienen grados de error para poder llegar con la información a su debido tiempo.



RECOMENDACIONES

- ✓ A lo largo de la investigación se conoció la necesidad de implementar más políticas de comunicación en el municipio de San Fernando para lograr que los empleados y trabajadores se sientan respaldados con las autoridades y además ellos también puedan aportar con sus opiniones.
- 4 La comunicación en las instituciones debería adoptar una perspectiva en la focalización de los mensajes divulgados para todo el público, sin esconder nada.
- 5 Y al público debe valorarse para que puedan brindar sus sugerencias y opiniones cuyo fin sea una crítica constructiva para mantener la comunicación adecuada.
- 6 Es preciso adoptar personas adecuadas que brinde un mejor servicio a la ciudadanía que llega a exponer sus opiniones.
- 7 La persona que es encargada de dar información a los habitantes tiene que saber incentivar a la gente para que colabore con ideas que vaya en beneficio de toda la comunidad.



BIBLIOGRAFÍA

Rodríguez, José Antonio Meyer. ESTABLECIAMIENTO DE AGENDAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN « Revista Latina de Comunicación Social .» 2009.

Álvarez, Karen. *Estrategia de la comunicación interna*. Quito-Ecuador, 2002.

(CEOE), Comunicación Y Organización Empresariales. *Comunicación Y Organización Empresariales*. Buenos Aires, 1981.

Brüheim., Vitória Mourão y Michele. «"La función de la agenda-setting de los medios de comunicación.» (2012): 308-332.

Castillo, Daniel Prieto. *Diagnostico de la comunicación*. 1985.

Ferrerres, José María Rubio. «Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting.» 2009.

Gonzalez, Rafael Ávila. *Crítica de la comunicación organizacional*. 2004 Mexico.

Joan, Costas. *La Comunicación en Acción*. s.f.

Marín, Juan Ángel Jódar. "LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS PROFESIONALES." *Razón y Palabra* 71 (2010).

Maxwell McCombs, 2004. *Estableciendo la agenda*. Buenos Aires, Mexico, 2004.

McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda*. Buenos Aires, México, 2004.

Mestanza, Josefa García. «La auditoría de comunicación interna.» *Revista Latina de Comunicación Social* (1999).

Pellon, Daniel Martinez. *La comunicación y protocolo*. 2008.

Pereira Goez, Fanny del Socorro. *la comunicación clave de éxito empresarial*. 20011.



Piedra, Hugo. «Historia de San Fernando.» 2012-2013.

Romero, Armando, órgano Funcional. San Fernando, 200.

Seleste martínez Posadas. «La Comunicación Organizacional.» (2009).

Weick, K. E. «Construcción de sentido en organizaciones.» 1979.

Weick, Karl E. *Psicología social de proceso de organización*. 1995.

SITIOS WEB:

http://www.revistalatinacs.org/09/art/22_821_28_Vigo/Ana_Belen_Fernandez.html

www.misanfernando.com

www.nuestosanfernando.com

<http://scholar.google.com.ec/schhp?hl=eshttp://periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20100309103822/dt23.pdf>

http://www.razonypalabra.orgwww.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf

<http://periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>

ENTREVISTAS

Peña Marco, Alcalde de San Fernando, entrevista personal, 3 de julio 2013.

Romero Armando, comunicador social y gerente de la radio Armonía De San Fernando, entrevista personal, 5 de Julio del 2013.



ANEXOS





ENCUESTAS

Preguntas realizadas a los habitantes del cantón San Fernando para analizar la comunicación en el municipio.

Tema central de la tesina:

“EJECUCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL MUNICIPIO DEL CANTÓN SAN FERNANDO”

Objetivo: Es con el propósito de “Diagnosticar el estado de la comunicación interna y externa del Municipio de san Fernando”.

1. ¿Conoce Ud. Si en el municipio existe un departamento de comunicación o algún otro lugar donde a usted le facilite la información relacionada con los trabajos municipales.

Si () No ()

2. ¿Cree Ud. que en el Municipio de San Fernando hacen falta políticas de comunicación?

Si () No ()

Porque.....

3. ¿Al existir un departamento de comunicación, Ud. cree que aportaría al fortalecimiento de la imagen municipal?

Si. () No ()

Porque.....

4. ¿Qué propondría Ud. para mejorar la calidad de comunicación en el municipio?





CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

GENERALIDADES

1. Breve reseña histórica del Cantón San Fernando

1.1.- ¿Que es el Municipio?

1.2.- ¿Cuáles son sus servicios a la ciudadanía?

1.3.- ¿Cómo está organizado?

1.4.- Comunicación organizacional

1.4.1.- Teoría de la comunicación organizacional de Karl Weick

1.5.- Comunicación externa

1.6.- Comunicación interna

1.7.- Agenda de medios

CAPÍTULO II

ANÁLISIS GENERAL DE LA COMUNICACIÓN

2.1.- Fases para una comunicación

2.2.- Planificación de la comunicación

2.3.- Comunicación y Evaluación

2.4.- Diagnóstico de la comunicación entre funcionarios del Municipio de San Fernando.



2.5.- Análisis de resultados

CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN EL MUNICIPIO DE
SAN FERNANDO

3.1.- Perspectiva para emprender una comunicación más eficiente

3.2.- Personal especializado para una comunicación eficiente

3.3.- Estrategias para mejorar la comunicación.

3.4.- Usos de los nuevos aparatos tecnológicos para la obtención de la calidad

Comunicativa

3.5.- La comunicación: soluciones a los conflictos

3.6.- CONCLUSIONES

3.7.- RECOMENDACIONES

3.8.- BIBLIOGRAFÍA