

CONCLUSIONES

Expuestos en las páginas precedentes los resultados de la investigación, es el momento ahora de recoger, a modo de síntesis, las conclusiones extraídas de este proceso. Éstas nos permitirán responder a las preguntas que nos planteábamos al comienzo de este trabajo. Asimismo, y a partir de los resultados de esta investigación, hemos podido validar y ajustar nuestros planteamientos para ofrecer un modelo definitivo de cómo entendemos que se ha de gestionar la nueva comunicación interna.

1. A manera de conclusión del eje temático de comunicación, es evidente que la comunicación interna de Palmeras de Pailón S.A., se ha estructurado espontáneamente sin obedecer a una estructura diseñada previamente por expertos de la comunicación. Es más una comunicación reactiva que se estructura sobre la base de las necesidades coyunturales y adolece de una perspectiva de largo plazo y de integración y coordinación de todas las áreas de la organización.
2. El estudio de campo realizado al personal administrativo y de plantación de Palmeras del Pailón S.A., permitió definir e identificar los problemas comunes que los empleados y trabajadores tienen cuando utilizan cualquier medio de comunicación dentro de la empresa.
3. Es necesario que todo el personal de Palmeras del Pailón S.A., tenga clara la misión, visión, valores y objetivos de la empresa y, de esta forma creen un sentido de pertenencia con la misma, la hagan parte de sus vidas, se apropien de ella, se sientan orgullosos de hacer parte de la empresa y puedan participar de forma activa en todas las actividades planeadas por la empresa y, así cumplan metas y alcancen logros en el sector industrial, proyectando una imagen positiva a sus públicos externos, ganando posicionamiento en la mente de los consumidores.

4. Para crear un ambiente laboral ameno, armonioso, que se vea reflejado en la clima y cultura organizacional, es necesario la concepción, diseño y ejecución de una estructura de comunicación interna, que no sea un resultado espontáneo de necesidades coyunturales de momento, sino fruto del trabajo de profesionales competitivos, que conciban un modelo de gestión de la comunicación interna sobre la base de lo expuesto en el presente diagnóstico y de las características propias de la organización.
5. El Modelo de gestión de comunicación, basado en el rediseño e implementación de medios de comunicación internos, se convierte en una oportunidad para que Palmeras del Pailón S.A., fortalezca los aspectos identificados como débiles en la investigación, logrando así elevar los niveles de satisfacción de sus clientes internos y dimensione las necesidades de comunicación existentes. En consecuencia, el modelo de comunicación interna redundará en la consolidación de una cultura organizacional, basada en principios y valores corporativos.
6. Las empresas e instituciones, representadas por sus dirigentes, deberían saber que la comunicación no es un gasto, que la comunicación es una inversión y que como tal tiene una rentabilidad que hay que conocer, aunque los resultados se recojan a medio y largo plazo.
7. En el desarrollo de la comunicación interna es básico el rol de los equipos directivos, que deben responsabilizarse y fomentar el sentimiento de adhesión al grupo, haciendo participar todo el personal en las informaciones relevantes y utilizando todos los instrumentos disponibles (jornadas informativas, hojas informativas, tablón de anuncios, buzón de sugerencias, revistas y publicaciones internas), para divulgar las declaraciones institucionales sobre la política del grupo (reuniones de información), comunicar permanentemente los resultados , mejoras y deficiencias del grupo (estudios de imagen, de clima, comunicados de prensa) y establecer mecanismos de alimentación informativa.

8. La comunicación interna no son solamente técnicas a las que se les atribuyen determinadas funciones rígidas e inamovibles, sino un conjunto de concepciones y de prácticas gestionadas que crean interacción, intercambios entre las personas, los productos y las tareas al servicio de los profesionales y como tal son instrumentos para mejorar la dirección y la adaptación a los cambios en el marco de los objetivos comunicacionales de cada organización.

RECOMENDACIONES

1. Palmeras del Pailón S.A., empresa líder en el sector palmero Ecuatoriano para que continúe brindando un excelente servicio a la comunidad palmera debe mantener una infraestructura de comunicación acorde al avance tecnológico que permita ofrecer excelentes servicios de comunicaciones a sus empleados y trabajadores con seguridad y alta disponibilidad para que desarrollen sus actividades de manera eficiente.
2. La convergencia de los servicios de comunicaciones así como la aparición de nuevos servicios y tecnologías de comunicaciones obliga al personal encargado de las tecnologías de Información a buscar nuevos mecanismos y métodos que permitan adaptar la actual infraestructura de comunicaciones a los nuevos cambios tecnológicos, por lo que se recomienda que la implementación del modelo de gestión de comunicación interna se lo realice de acuerdo a lo expuesto en esta tesis de grado.
3. Proponer la elaboración de estrategias de comunicación que contenga acciones que permitan mejorar los flujos de comunicación interna en la empresa Palmeras del Pailón S.A.
4. Hacer extensiva este tipo de investigación a otros campos de la comunicación organizacional para la empresa.
5. Cualquier acción de comunicación externa debe ser comunicada a los públicos internos. En las grandes organizaciones existe a veces una verdadera dificultad en planificar a largo o a medio plazo políticas de comunicación interna que permitan desarrollar y rentabilizar una cultura comunicativa fuerte basada en compartir objetivos, valores, normas y creencias, así como en establecer un sistema de información y de imagen que permita emitir y recibir una valoración adecuada, permanente y

dinámica sobre qué contribución aporta la comunicación a la evolución y a la mejora del negocio.

6. La comunicación interna es un elemento fundamental de regulación y estabilización que puede ayudar a poner en evidencia problemáticas organizacionales como resolver hechos y acontecimientos imprevistos e inesperados, así como responder tácticamente y rápidamente a la diversidad de situaciones y nuevas realidades en las que se encuentra involucrada la organización.
7. Para que la comunicación interna sea un elemento fundamental para gestionar los cambios debe incrementar los procesos de formación continuada de las personas y prever en su estrategia un programa de formación en comunicación para todos, directivos y profesionales.