



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **TEMA:**

**“EVALUACIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN INTEGRAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN. DURANTE EL AÑO 2014”.  
PROPUESTA ALTERNATIVA DE UNA GUÍA ESTRATÉGICA.**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español.

### **AUTORA:**

Fuertes Cevallos Ana Lucía

### **DIRECTOR:**

Dr. José Revelo

IBARRA, 2014

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director del trabajo de grado con el siguiente tema: **"EVALUACIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN INTEGRAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN. DURANTE EL AÑO 2014". PROPUESTA ALTERNATIVA DE UNA GUÍA ESTRATÉGICA**". Trabajo realizado por la señorita egresada Fierres Cevallos Ana Lucía, previo a la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo.

Al ser testigo presencial y corresponsable Director del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado.



Dr. José Revelo  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

Ana Lucía Fierres Cevallos

## DEDICATORIA

ESTE TRABAJO LO DEDICO A DIOS, A MI FAMILIA, AMIGOS Y MAESTROS PORQUE FUERON QUIENES ME GUIARON CON SU APOYO Y CONSEJOS. ME ENSEÑARON QUE CON ESFUERZO Y SACRIFICIO SE PUEDE LOGRAR LAS METAS EN LA VIDA PARA SER UNA PROFESIONAL Y QUE A PESAR DE LAS ADVERSIDADES, SIEMPRE SE ALCANZA LO QUE SE PROPONE.

**Ana Lucía Fuertes Cevallos**

## AGRADECIMIENTO

MI AGRADECIMIENTO A DIOS, MIS PADRES, MAESTROS Y AMIGOS QUIENES FORMARON PARTE DE MI VIDA ESTUDIANTIL, PORQUE GRACIAS A ELLOS TUVE LA OPORTUNIDAD DE CRECER COMO PERSONA Y PROFESIONAL, GRACIAS POR SU APOYO INCONDICIONAL Y SACRIFICIO, FUERON MOMENTOS IMPORTANTES LOS QUE COMPARTÍ CON TODOS Y LA BASE PARA CULMINAR UNA META MÁS EN MI VIDA.

MI GRATITUD A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE POR SER UNA CASA DONDE SE IMPARTE CONOCIMIENTOS Y VALORES PARA FORMAR PROFESIONALES ÍNTEGROS.

Y UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL AL DR. JOSÉ REVELO DIRECTOR DE TESIS POR SU PACIENCIA Y ORIENTACIÓN PROFESIONAL.

Ana Lucía Fuertes Cevallos

## ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.3 Formulación del Problema .....	5
1.4 Delimitación .....	5
1.4.1 Unidades de observación.....	5
1.4.2 Delimitación temporal.....	5
1.4.3 Delimitación espacial. ....	5
1.5. Objetivos .....	5
1.5.1. Objetivo general.....	5
1.5.2. Objetivos específicos. ....	6
1.6. Justificación .....	6
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>9</b>
2. MARCO TEÓRICO .....	9
2.1 Fundamentación Teórica .....	9
2.1.1 Fundamentación filosófica. ....	9
2.1.2 Fundamentación sociológica.....	10
2.1.3 Fundamentación axiológica. ....	11
2.1.4 Fundamentación legal.....	11
2.1.5 Evaluación. ....	12
2.1.6 Comunicación. ....	13

2.1.6.1	Proceso de la comunicación. ....	13
2.1.6.2	Elementos del proceso de comunicación.....	14
2.1.6.3	Canales de comunicación.....	15
2.1.6.3.1	Clasificación de los canales de comunicación.....	16
2.1.7	Tipos de comunicación. ....	17
2.1.7.1	Comunicación intrapersonal.....	17
2.1.7.2	Comunicación interpersonal.....	18
2.1.7.3	Comunicación grupal.. ....	18
2.1.7.4	Comunicación pública.....	18
2.1.8	Teorías de la comunicación. ....	18
2.1.8.1	Teoría estructuralista. ....	18
2.1.8.2	Teoría funcionalista.....	19
2.1.9	Comunicación organizacional. ....	20
2.1.9.1	Comunicación interna. ....	21
2.1.10	Comunicación externa. ....	22
2.1.11	La cultura organizacional. ....	23
2.1.11.1	Influencia sobre la cultura corporativa.....	24
2.1.12	Imagen Institucional .....	25
2.1.12.1	La conducta corporativa de la empresa. ....	28
2.1.12.2	Conducta interna.....	28
2.1.13	La planificación estratégica de la imagen corporativa.....	29
2.1.13.1	La filosofía corporativa: .....	29
2.1.13.2	La misión corporativa. ....	30
2.1.13.3	Los valores corporativos. ....	30
2.1.13.4	La visión corporativa. ....	30
2.1.14	Liderazgo. ....	31
2.1.14.1	Perfil de un buen líder. ....	32
2.1.14.2	Estilos de liderazgo .....	33
2.1.14.3	Consejos para ser un buen líder. ....	35
2.1.15	Trabajo en equipo. ....	36
2.1.16	Motivación.....	36
2.1.17	Manejo de conflictos. ....	37
2.1.18	Relaciones Públicas.....	38

2.1.19 Gestión integral.....	39
2.2 Posicionamiento Teórico Personal.....	40
2.3 Glosario de Términos.....	41
2.4 Matriz Categorial.....	44
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>45</b>
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.1. Tipos de Investigación.....	45
3.1.1 Investigación descriptiva.....	45
3.1.2 Investigación documental- bibliográfica.....	45
3.1.3 Investigación de campo.....	45
3.1.4 Investigación propositiva.....	46
3.2 Métodos de la Investigación.....	46
3.2.1. Método deductivo.....	46
3.2.2. Método inductivo.....	46
3.2.3. Método estadístico.....	47
3.3. Técnicas Investigativas.....	47
3.4. Población y Muestra.....	47
3.4.1 Población.....	47
3.4.2. Cálculo de la muestra.....	48
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>49</b>
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	49
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>63</b>
5.1 COCLUSIONES.....	63
5.2 RECOMENDACIONES.....	64
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>66</b>
6. PROPUESTA ALTERNATIVA.....	66
6.1. Título de la propuesta.....	66
6.2. Justificación e importancia.....	66
6.3. Fundamentación de la propuesta.....	68

6.4. Objetivos .....	69
6.5. Ubicación Sectorial y Física .....	69
6.6. Desarrollo de la Propuesta.....	70
6.7. Impactos .....	131
6.8 Difusión.....	132
6.9. Bibliografía.....	133
<b>ANEXOS.....</b>	<b>137</b>
Anexo 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS .....	138
Anexo 2: MATRIZ DE COHERENCIA .....	139
Anexo 3: ENCUESTA .....	140

## ÍNDICE DE CUADROS

Tabla N°1 .....	49
Tabla N°2.....	50
Tabla N°3.....	51
Tabla N°4.....	52
Tabla N°5.....	53
Tabla N°6.....	54
Tabla N°7.....	55
Tabla N°8.....	56
Tabla N°9.....	57
Tabla N°10.....	58
Tabla N°11.....	59
Tabla N°12.....	60
Tabla N°13.....	61
Tabla N°14.....	62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 .....	49
Gráfico N°2 .....	50
Gráfico N°3 .....	51
Gráfico N°4 .....	52
Gráfico N°5 .....	53
Gráfico N°6 .....	54
Gráfico N°7 .....	55
Gráfico N°8 .....	56
Gráfico N°9 .....	57
Gráfico N°10 .....	58
Gráfico N°11 .....	59
Gráfico N°12 .....	60
Gráfico N°13 .....	61
Gráfico N°14 .....	62

## RESUMEN

La investigación se refiere a la “Evaluación de los canales de comunicación y su incidencia en la gestión integral del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, cantón Tulcán. Durante el año 2014”. Propuesta alternativa. Cada institución tiene su propia identidad e imagen ante la sociedad y uno de los aspectos importantes sin duda alguna, es el manejo de la comunicación personal, laboral e institucional por lo tanto, según la forma y medios como se transmiten las ideas o mensajes, depende si esta es eficiente o no, si se llega acuerdos o entendimientos entre las partes. El éxito de la gestión empresarial depende de los directivos, que deben tomar decisiones y acciones continuamente y las mismas afectan directamente a sus integrantes, en aspectos de liderazgo, motivación, trabajo en equipo, la gestión propia de la institución y la responsabilidad de desempeñar un papel predominante e inclusivo, con los colaboradores y la población, para ejecutar tareas que van encaminadas al logro de objetivos institucionales y el desarrollo del sector. El conocer el funcionamiento de la administración pública, especialmente en el sector del Gobierno Seccional, hizo tener una idea general y la experiencia de identificar las fortalezas y debilidades que se tiene que manejar en diversas áreas y como estas inciden en las funciones, desempeño, grado de satisfacción, la relación interna y externa con la gente. Esta investigación es importante para todos los miembros de la institución, porque permite mejorar el clima laboral interno además busca ofrecer una gestión óptima en beneficio de la sociedad cumpliendo normas, leyes y reglamentos ante el Estado y promoviendo la armonía y el buen vivir. En esta investigación se utilizó una metodología inductiva y deductiva para un análisis particular y general; de esa manera se buscó tener un sustento conceptual amplio, mediante la investigación bibliográfica, documental y de campo, la misma que estuvo dirigida a los directivos, funcionarios y usuarios de la institución, con la aplicación de técnicas como la encuesta y entrevistas; las mismas que permitieron recabar la información relacionada con el tema de estudio; obteniendo conclusiones y recomendaciones, con el fin de proporcionar una solución al problema planteado y proveer alternativas que mejoraren la comunicación, el desempeño, la actitud de cada persona y que se refleje mediante acciones u obras ante la ciudadanía y demás instituciones.

## ABSTRACT

This research refers to the “Assessment of communication forms and their impact on the integral management of the decentralized and autonomous government of Julio Andrade, Tulcán town during 2014”. An alternative proposal. Each institution has its own identity and image to the society and one of the important aspects without doubt, is the management of personal communication, labor and institutional therefore, according to the way and methods as the ideas or messages are transferred they depends if these are effective or not, if agreements and understandings between the parties are reached. The successful management business depends on managers, who have to take decisions and actions continuously, their decisions can affect on the members such as leadership aspects, motivation, teamwork. The own management of the institutional, and the responsibility to develop a dominant and inclusive role with coworkers and users, to perform tasks to be directed to the achievement of institutional objectives and the development of the place. To know the performance of public administration, particularly in the field of sectional government allowed to have a general idea and experience to identify the strengths and weaknesses that we must manage in different areas and how they can influence on the functions, performance, levels of satisfaction, the internal and external relationship with people. This research is important to all members of the institution, because it allows to improve internal work environment also it finds to offer an optimal management for society, respecting rules, laws and regulations to the state and promoting harmony and good living. This research used an inductive and deductive methodology for a particular and general analysis; in this way, it looked for a wide conceptual support through bibliography, documental and field research, that was addressed to the directors, officers and users of the institutional with the application of the survey and interviews techniques; which allowed to collect information related to the subject of study; getting conclusions and recommendations in order to improve the communication, performance and attitude; through which reflect the actions or works to citizenship and other institutions.

## INTRODUCCIÓN

Por medio de la comunicación organizacional las personas mantienen vínculos, que les permite interactuar entre ellas de diversas maneras, con el objetivo de alcanzar la competitividad en la institución y desarrollar una gestión optima, que garantice el cumplimiento de las obras y proyectos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade para brindar un servicio de calidad bajo ciertos parámetros y principios de ciertas normas.

La investigación trata sobre “EVALUACIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN INTEGRAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN. DURANTE EL AÑO 2014”. PROPUESTA ALTERNATIVA DE UNA GUÍA ESTRATÉGICA”, la cual está diseñada de acuerdo al esquema que exige la Universidad Técnica del Norte de la siguiente manera:

PRIMER CAPÍTULO.- Detalla el problema que tiene actualmente la institución, identificando sus fortalezas y debilidades además; la factibilidad de este trabajo de grado cuenta con la apertura de los directivos del gobierno seccional, está acorde a un tiempo y lugar establecidos, dirigido a directivos, empleados y usuarios, con el objetivo de identificar la situación actual de la organización para plantear alternativas que justifiquen su investigación.

SEGUNDO CAPÍTULO.- Abarca todo lo que se refiere el Marco teórico en lo relacionado con la comunicación organizacional siendo la base fundamental y sustento de la investigación con su aporte teórico científico para la aplicación práctica de temas que se manejan a diario en la institución.

TERCER CAPÍTULO.- Se refiere a la metodología de la investigación en la que se utilizan fuentes bibliográficas, documentación institucional, e

información sobre el Gobierno Autónomo Descentralizado, misma que sirve para analizar las acciones cotidianas que se presentan por tratar temas en diversas áreas, procedimientos y la población.

CUARTO CAPÍTULO.- En este capítulo se encuentra el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los usuarios e integrantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

QUINTO CAPÍTULO.- Se refiere a las conclusiones obtenidas en la recopilación de información a los directivos, empleados y usuarios del gobierno parroquial, las recomendaciones son en base a las conclusiones, se pretende buscar solución al problema planteado apoyándose en el marco teórico como fundamento.

SEXTO CAPÍTULO.- Se refiere a la propuesta que consta de una guía estratégica de sugerencias para mejorar la comunicación interna y externa de la institución buscando solucionar el problema planteado y mejorar su gestión institucional.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Antecedentes**

La parroquia de Julio Andrade, se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, al Noreste del Cantón Tulcán, es considerada una de las parroquias más grandes de la provincia y puerta de entrada al Oriente ecuatoriano, se caracteriza por una temperatura media de 12.2° c la máxima de 20.2° c y la mínima de 9.4° c. Políticamente se encuentra dividido en dos sectores: Sector urbano y sector rural.

Julio Andrade es un sector dedicado principalmente a la agricultura, sin embargo el comercio y la ganadería también son representativos, forma un centro de acopio y distribución de diversos productos. El movimiento económico que desarrolla es muy dinámico.

La parroquia tiene una trayectoria desde el 7 de noviembre de 1930, actualmente cuenta con 9.634 habitantes según el censo 2010; El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Julio Andrade, tiene como finalidad implementar y ejecutar proyectos de desarrollo social, productivo y manejo sustentable de los recursos, mediante actividades de gestión administrativa y financiera para las 22 comunidades y 9 barrios que conforman la parroquia.

Considerando el escaso manejo de canales de comunicación en la institución, desde administraciones anteriores se ve la necesidad de evaluar los medios de comunicación más efectivos, que sirven a la institución para difundir su gestión a los diferentes públicos internos y

externos. Si la comunicación e información no fluye correctamente sobre todas las dependencias y procesos las actividades que realiza la institución no son conocidas por la población, esto repercute en que existan desacuerdos y diferencias que perjudiquen su imagen institucional.

La misión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Julio Andrade es liderar y articular procesos de desarrollo a nivel parroquial. Promover y ejecutar políticas públicas de desarrollo sustentable establecidas en la Constitución de la República, Código de Organización Territorial Autonomías y Descentralización (COOTAD) en el plan de desarrollo parroquial, y en el plan de ordenamiento parroquial, que responden a las necesidades de hombres y mujeres de la circunscripción territorial, para conseguir una mejor calidad de vida con la participación de los actores internos y externos, equitativas e incluyentes a través de asambleas de concertación.

La visión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Julio Andrade es manejar responsablemente sus recursos, con alta valoración de su patrimonio, en armonía con el ambiente que genera el crecimiento económico de su población y contribuye al buen vivir.

La institución está integrada por:

<b>Cargos</b>	<b>Representantes</b>
Presidente	Licdo. Rigoberto Bolaños
Vicepresidente	Licdo. Germán Escobar
1 vocal	Sr. Eduardo Sarmiento
2 vocal	Sr. Efrén Villarreal
3 vocal	Licdo. Alipio Yar
Secretaria tesorera	Estefanía Vivas

Los mismos que se encargan de diversas actividades que están divididas en comisiones entre ellas cultura, deporte y recreación, vialidad y transporte.

El Gobierno Autónomo Descentralizado, cuenta con atribuciones y competencias que les otorgan las diferentes leyes como la Constitución de la República, Cootad (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización), Código de Finanzas Públicas, Participación Ciudadana, Ley de Comunicación permitiendo a las autoridades locales identificar las necesidades básicas que tiene la población, para presentar propuestas que mejoren la calidad de vida de todas las comunidades y habitantes de la parroquia de esta manera se cumple y encamina al mega proyecto que tiene el Estado como es el Buen Vivir y el cambio de la Matriz Productiva.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

La comunicación dentro de la institución es muy importante porque las actividades organizativas se facilitan y la calidad de su gestión es apropiada a las necesidades de la institución y población, incluso esto fomenta la motivación, compromiso y participación de sus integrantes, generando un adecuado clima laboral de trabajo.

Esta investigación pretende indagar la problemática sobre la no aplicabilidad de canales de comunicación internos y externos en la institución.

Actualmente, en el Gobierno Parroquial de Julio Andrade, luego de un diagnóstico previo y mediante conversaciones se pudo determinar que la comunicación organizacional es escasa en el manejo de canales de comunicación internos y externos, también los representantes que integran el Gobierno Autónomo Descentralizado, son electos por voto

popular e ingresan a la institución personas de diferentes partidos políticos, mismos que tienen diferentes ideologías e intereses, esto hace que exista un ambiente tenso y no se pueda llegar a acuerdos fácilmente, desde esa instancia la comunicación no es la adecuada porque no se establecen claramente los medios por los que se difundirá toda la información que se genere en la gestión de la institución muchas veces esto genera malos entendidos e incluso conflictos laborales además, se retrasan procesos, actividades y proyectos a ejecutarse, generando inconformidades y un desconcierto en las comunidades y barrios de la parroquia sobre decisiones que se toma desde la institución.

Si la información no fluye correctamente, entre las personas y las estructuras colectivas, a través de los procesos y si los mismos no están definidos claramente, la comunicación se resquebraja y se estanca porque no utilizan las herramientas tecnológicas y no tecnológicas necesarias, para generar una comunicación interna y externa efectiva.

Además, la desmotivación o actitud negativa por parte de los vocales, incide en que se puede perder la comunicación, destruyendo las relaciones interpersonales incluso con otras instituciones, reflejando una mala atención a los usuarios y generando rumores que afecten a la imagen de las autoridades.

Por otra parte, el limitado presupuesto también repercute en que no se pueda trabajar como es debido, porque limita el acceso a poder obtener capacitaciones, asesoramientos para el manejo de una comunicación interna y externa sin mayor análisis e improvisando y confundiendo ciertos conceptos; delimitando la posibilidad de presentar una imagen institucional correcta, donde se puedan desarrollar proyectos mediante autogestión y coordinación con otras instituciones a través de alianzas estratégicas con los Gobiernos Municipales y Gobiernos Provinciales.

### **1.3 Formulación del Problema**

Escaso manejo de canales de comunicación en la gestión integral, del gobierno autónomo descentralizado de Julio Andrade

### **1.4 Delimitación**

#### **1.4.1 Unidades de observación.**

La investigación se dirigió a funcionarios y usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

#### **1.4.2 Delimitación temporal.**

El trabajo de investigación se realizó marzo a agosto, de 2014.

#### **1.4.3 Delimitación espacial.**

La investigación se ejecutó en el Gobierno Parroquial de Julio Andrade ubicado en las calles 13 de Abril y Juan Montalvo perteneciente al cantón Tulcán, provincia del Carchi.

### **1.5. Objetivos**

#### **1.5.1. Objetivo general.**

- Determinar cuáles son los canales de comunicación que aplican los directivos y funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade y cómo incide en el desarrollo de la gestión integral.

### **1.5.2. Objetivos específicos.**

- Diagnosticar los canales de comunicación y gestión institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.
- Plantear un marco teórico conceptual que permita sustentar las diferentes teorías y aplicación de la comunicación en este proyecto mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Elaborar una guía estratégica de sugerencias que mejoren la comunicación interna y externa de la institución, que sea favorable para la gestión de los funcionarios y usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.
- Socializar la guía para hacer una correcta aplicación de las técnicas y sugerencias de la comunicación generando una gestión organizacional positiva.

### **1.6. Justificación**

La investigación es importante, porque en la forma como se maneja la comunicación en una organización, constituye la base, para que el talento humano pueda ser más valorado, mejorando el desempeño de cada uno de los colaboradores y la calidad de gestión de quien se encuentra al frente como representante. Mediante procesos eficientes, la información y decisiones que se generen en la institución, fluirán con normalidad, así como las actividades y tareas se cumplirán en el tiempo previsto.

Observando dentro del gobierno autónomo descentralizado la comunicación interna no ha tenido cambios positivos y presenta un ambiente laboral tenso y una estructura antigua en las diferentes dependencias, por esta razón se ve la necesidad de aportar con nuevas

ideas para fortalecer la institución, desarrollando conductas y comportamientos de equidad entre las personas, hasta el grado de demostrar confianza, motivación entre todos, formando un equipo de trabajo dinámico.

La comunicación es una necesidad entre las personas y los cambios son parte de su evolución, de ellos depende el poder relacionarse con los demás correctamente, para integrar a todos sus miembros y que la información fluya adecuadamente para su gestión transmitiendo una imagen institucional positiva.

El liderazgo, compromiso, participación y visión, deben ser las bases, para lograr una comunicación interna efectiva y de esa forma alcanzar los objetivos propuestos con éxito a corto y largo plazo.

Los beneficiarios directos son los integrantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, quienes tendrán vínculos directos con las comunidades y barrios de la parroquia, se concretarán gestiones y varios proyectos en beneficio de todos.

Por lo tanto, el estudio que se propone permitirá mejorar los aspectos sociales, personales del Gobierno Autónomo Descentralizado, de las comunidades, barrios de Julio Andrade y como estudiante de la Universidad Técnica del Norte para obtener el título de licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español, es requisito realizar el trabajo de grado en, para posteriormente ser sustentado.

La parte operacional de este trabajo realmente es factible porque proporciona todas las facilidades necesarias en cuanto a la investigación bibliográfica, logística, económica, además se obtendrá la ayuda y colaboración del Presidente y funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

Este trabajo es de gran ayuda, porque aporta a la Institución, en forma directa, también a las comunidades, para mantener una comunicación efectiva y gestionar correctamente todos los proyectos que mejoren la calidad de vida de este sector, proyectándose así a nivel cantonal, provincial, nacional.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Fundamentación Teórica

##### 2.1.1 Fundamentación filosófica.

(Morales Oña Cinthia Vannesa; Pichogafon Pazmiño Jhoanna, 2013)

**Teoría Humanista:** Aportó en la investigación ya que funda su accionar en las personas, tiene por objeto de estudio el desarrollo de la personalidad y las condiciones de valores, emociones, sentimientos y las necesidades físicas para el desarrollo intelectual, enfatizando fundamentalmente la experiencia, la libertad de elección y la relevancia del significado individual y social. (pág. 9)

(Diomedes, 2005) En su obra Crecer a plenitud manifiesta:

“La teoría humanista tiene por objetivo la persona, su experiencia interior, el significado que da a sus experiencias, enfatizando las características distintivas y específicamente humanas como son la creatividad, autorrealización y decisión”. (pág. 32)

La teoría humanista evalúa la libertad personal, la creatividad individual y la espontaneidad del individuo en el proceso de aprendizaje. El ideal que persigue es el desarrollo del individuo respecto a sí mismo y a los demás. Esta teoría está inmersa de confianza en la naturaleza con métodos de psicológicos, representa una posición frente al estudio de la

personalidad del hombre y cómo ésta influye en el proceso de la vida y aprendizaje del individuo. Se orienta a rescatar las áreas positivas del ser humano, a explorar para sacar a flote todas las potencialidades.

### **2.1.2 Fundamentación sociológica.**

**Teoría Socio – Crítica:** La investigación se fundamentó en esta teoría ya que admite como principio esencial las múltiples dimensiones del desarrollo integral del ser humano, que sepa colaborar con la sociedad y convivir en armonía y la a vez luche por la transformación social. El objeto de estudio son los individuos que están agrupados en diversas asociaciones lo que implica el desarrollo del trabajo en equipo. Desarrollando capacidades humanistas con el medio donde vive, basada en estrategias que le permitan desenvolverse en igualdad y no discriminación, resolviendo problemas y respetando las diferencias individuales, culturales y sociales.

(Polichic, 2010), manifiesta:

“La sociología es la ciencia que estudia el desarrollo, la estructura y la función de la sociedad”. (pág. 13)

Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social. La sociología nos permite entender la estructura y dinámica de la sociedad humana, en sus diversas manifestaciones, de la conducta social de los individuos pertenecientes a grupos determinados a la de instituciones y organizaciones con diferentes formas y grados de vinculación. Así como las formas de institucionalización que adquieren a través del gobierno. Estudia las organizaciones, las relaciones y las instituciones sociales

como un todo integrado dentro de la sociedad y a través del desarrollo histórico.

### **2.1.3 Fundamentación axiológica.**

Según (<http://www.definicionabc.com/general/axiologia.php>, 2007)

Se designa con el término de axiología a aquella rama de la filosofía que se ocupa y centra en el estudio de la naturaleza de los valores y los juicios valorativos. Aunque por supuesto la filosofía y todo lo que esta disciplina estudia datan de muchísimos siglos atrás.

La axiología entonces estudia tanto aquellos valores negativos como positivos, analizando sus primeros principios que son aquellos que permitirán determinar la valía o no de algo o alguien, para luego formular fundamentos del juicio tanto en el caso de ser positivo como negativo.

El objeto de estudio, para la axiología, un valor será aquella cualidad que permitirá ponderar el valor ético y estético de las cosas, es decir, lisa y llanamente se trata de aquella cualidad especial que hace que las cosas o las personas sean estimadas en un sentido negativo o positivo.

### **2.1.4 Fundamentación legal.**

(<http://www.buenastareas.com/ensayos/Fundamentos-Legales-En-La-Gesti%C3%B3n-De/1940025.html>, 2014), se refiere:

“La fundamentación legal, es el principio o cimiento legal sobre el que se apoyan algunas acciones; es el sustento jurídico sobre el cual se puede reclamar un derecho o exigir una obligación”

Bajo el amparo de la Constitución de la República del Ecuador y encaminado en el proyecto del Buen Vivir señala en el Art. 340.- El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

### **2.1.5 Evaluación.**

(Manuel Fernández-Ríos, 2010) en su obra Eficacia Organizacional menciona:

“La evaluación tiene que ver con un conjunto de actividades, procedimientos y métodos dirigidos a conocer el acontecimiento de los diferentes subsistemas organizacionales...”. (pág. 136)

La evaluación es como un “enjuiciamiento sistemático sobre el valor o mérito de un objeto, para tomar decisiones de mejora” que incidir en su

carácter procesual, de la situación actual y de toma en consideración de todos los elementos intervinientes en el proceso para corregir o prevenir situaciones a futuro.

### **2.1.6 Comunicación.**

(Mortensen, David Kennet Sereno y, 2009) En su obra: La comunicación en la negociación menciona.

**“La comunicación es un proceso de movimiento mediante el cual un sujeto produce un mensaje que es emitido y se transmite a través de un vehículo y que una vez captado por otro sujeto en función de receptor, puede dar una respuesta comunicada a su vez por medio de otro mensaje”.**(pág. 28)

La comunicación es un proceso bidireccional, donde se establece contacto y transmite ideas, sensaciones, emociones, sentimientos hacia una o más personas. Una buena comunicación es esencial para la eficacia de cualquier grupo u organización, en cambio la mala comunicación es probablemente la causa más citada de conflictos entre personas.

#### **2.1.6.1 Proceso de la comunicación.**

(Robert, Park, 2008), en su obra Prólogo a la comunicación dice.

**“La comunicación es el proceso en que intervienen dos autores auxiliados por unos medios para que el mensaje objeto de la comunicación circule desde el origen hasta el destino. La comunicación es un elemento dinámico. Los teóricos entienden la comunicación como un proceso que establece una relación de las personas entre si y las organizaciones sociales de forma que la comunicación influyen la vida**

**del ser humano tanto en el aspecto individual como en su dimensión social” (pág. 225).**

La comunicación es un proceso donde intervienen dos o más personas e incluso para comunicarse un mensaje entre instituciones y esto le permite relacionarse e influye directamente en la vida personal y social.

#### **2.1.6.2 Elementos del proceso de comunicación.**

(Juárez, Sara Mendoza, 2012), Estrategias de comunicación organizacional, manifiesta

“La comunicación es la vía esencial por la cual se emiten cada día en el mundo. Es por eso que su importancia es decisiva y su utilización imprescindible”

La comunicación es el proceso por el cual se transmite información entre un emisor y un receptor sus elementos son:

- **Emisor:** Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).
- **Receptor:** Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.
- **Código:** Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- **Canal:** Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión,

ordenador) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

- **Mensaje:** La propia información que el emisor transmite.
- **Contexto:** Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

### 2.1.6.3 Canales de comunicación

(Rota, María Luisa Muriel y Gilda, 2014), se refiere:

**"Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales.**

Para las organizaciones es de gran importancia seleccionar el medio más conveniente para enviar la información, con el objetivo de que quienes la reciban los mensajes puedan tener un mayor entendimiento de lo que se desea transmitir.

Esto depende en gran medida del tipo de información, que las personas desean comunicar a los trabajadores y usuarios, porque cada segmento responde de diversa forma ante los diversos remitentes.

(María del Mar Fernández de Motta, 2014)

“Por canal de comunicación podemos considerar el medio a través del cual se propaga la comunicación, también se podría considerar canal a las personas que transmiten una comunicación ajena”

El canal es el medio por el cual viaja el mensaje ya sea formal o informal. La organización establece cuáles serán los canales formales y como transmitir los mensajes los mismos que se vinculan con las actividades relacionadas con los puestos y todo el equipo de trabajo.

#### **2.1.6.3.1 Clasificación de los canales de comunicación.**

Los canales pueden ser:

- **Personales:** Los canales personales son aquellos en donde la comunicación es directa. Voz a voz. Puede darse de uno a uno o de uno a varios.
- **Masivos:** Los canales masivos pueden ser escritos, radiales, televisivos e informáticos.

Así sucesivamente se pueden ir identificando los diferentes canales de transmisión del pensamiento. Uno de los canales de transmisión de la comunicación más utilizado en la actualidad. Dentro de una empresa existen diversos canales de comunicación, como son:

- a) Reuniones (formales e informales)
- b) Sesiones informativas (interés e impacto)
- c) Instrucciones o normas generales
- d) Memorándum y acta.

- e) Circular y manual.
- f) Tablón de anuncios.
- g) Relaciones entre el personal y los cargos representativos.
- h) Internet
- i) Fax
- j) Chat

En esta relación no están todos los canales con que cuenta una empresa, pero representa los más habituales. Habrá que seleccionar el canal apropiado en cada caso para relacionarse o comunicarse con el personal, secciones o departamentos interesados.

### **2.1.7 Tipos de comunicación.**

(García, María del Carmen González, 2002), en su obra “La comunicación efectiva”

**“El comunicar es algo esencial del hombre, pues si éste ha de formar parte de grupos sociales, si ha de buscar la convivencia con sus semejantes, si ha de considerar como integrado a la sucesión de generaciones que han formado a la humanidad, no tiene otro medio de lograrlo que por medio de la comunicación”. (pág. 13)**

De la comunicación se desprende:

**2.1.7.1 Comunicación intrapersonal.** Es la que mantienes contigo mismo, el diálogo interno. Esa voz de tu pensamiento

consciente tiene total intimidad contigo, y puede decirte cosas que tu jamás dirías a otras personas. Esa voz eres tú; se trata de tu comunicación intrapersonal.

**2.1.7.2 Comunicación interpersonal.** La comunicación interpersonal se da entre dos personas que están físicamente próximas. Cada una de las personas produce mensajes que son una respuesta a los mensajes que han sido elaborados por la otra o las otras personas implicadas en la conversación.

**2.1.7.3 Comunicación grupal.** Es la que ocurre cuando un conjunto de personas conforman una unidad prácticamente identificable y realizan transacciones de mensajes para la interacción, convivencia y desarrollo del grupo en busca del cumplimiento de sus metas.

**2.1.7.4 Comunicación pública.** Todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas. No se considerará pública la comunicación cuando se celebre dentro de un ámbito estrictamente doméstico que no esté integrado o conectado a una red de difusión de cualquier tipo.

## **2.1.8 Teorías de la comunicación.**

### **2.1.8.1 Teoría estructuralista.**

(Claude Lévi Strauss, Juan Rodes, 2013), en <http://sitiocero.net/2013/levi-strauss-y-su-estructuralismo/>

**“Las cosas constan de estructuras que pueden ser descubiertas y analizadas en detalle. Considera que así como el lenguaje consta de unidades mínimas que se ordenan según una serie de reglas para producir un significado, la cultura, es comunicación y se constituye de unidades mínimas que se combinan según ciertas reglas en unidades mayores que forman un significado.**

**Para él descomponer la cultura en sus unidades básicas y comprender las reglas mediante las cuales se combinan es entender el significado de la cultura. Considera que la mente organiza el conocimiento según una lógica de la que es provista genéticamente nuestro cerebro humano y la cual se aplica a diferentes cosas siguiendo unas leyes ya determinadas por su misma estructura biológica, lo cual es lo que nos proporciona el haber sido esa privilegiada especie de la que nos sentimos vanamente orgullosos...”**

#### **2.1.8.2 Teoría funcionalista.**

(Daniela Mora Fuentes, 2013), manifiesta en [loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/funcionalismo\\_17.html](http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/funcionalismo_17.html)

El Funcionalismo es un conjunto de teorías. Con los siguientes supuestos:

a) Las funciones y las instituciones: Toda sociedad humana tiene un conjunto de necesidades y un conjunto de instituciones para satisfacerlas; la función de una institución social cualquiera, es satisfacer alguna o algunas de estas necesidades.

b) Equilibrio y Conflicto: Las sociedades humanas tienden al equilibrio. Poseen mecanismos para regular sus conflictos. En esta perspectiva, los problemas aceleran la búsqueda de mejores modos de solución, y la evolución social tiende a generar nuevos modos de equilibrio, al modernizar los recursos. Así, la sociedad no permanece estática.

c) La estructura social: La sociedad humana es un organismo interrelacionado, cuyos elementos forman una estructura donde cada uno

de ellos, se afecta si alguno deja de funcionar. La interrelación se da entre los individuos dentro de instituciones que pueden desempeñar roles los unos con respecto de los otros. Las instituciones que engloban a los individuos también están interrelacionadas.

d) Historia: La sociedad puede estudiarse sincrónicamente, no necesitamos conocer la historia electrónica para saber cómo funciona un sistema social. Las instituciones se transforman para cumplir mejor sus funciones y para responder a las nuevas necesidades.

El funcionalismo propone una serie de teorías concretas, cuyo objetivo es construir un proyecto integrador que aporte conocimientos sobre cómo funciona la comunicación social y cómo debe funcionar.

La teoría funcionalista se enfoca al estudio de los efectos de los medios masivos de comunicación, tomando como base a sus principales autores y destacando de sus teorías los elementos que ayuden a comprender los medios masivos con relación a la sociedad tanto desde su punto de vista individual como global.

Con esto, el funcionalismo queda como la corriente que nos servirá como base para el estudio de los medios masivos y su relación con la sociedad. Para poder comprender sus efectos, pero también ayudará en el estudio de los medios como institución de una manera detallada para comprender el porqué de dichos efectos con base en sus estructuras.

### **2.1.9 Comunicación organizacional.**

(Goldhaber Gerald, 2008), en su obra. La comunicación como herramienta para construir un futuro corporativo, manifiesta:

**“La comunicación es aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación en la organización. Dentro de la organización identifica tres sistemas de comunicación: operacionales (datos relacionados con tareas u operaciones) reglamentarios (órdenes, reglas e instrucciones) y de mantenimiento/desarrollo (relaciones publicas y con los empleados, publicidad, capacitación)”. (pág. 1)**

La comunicación organizacional debe tener fluidez en todos los departamentos y procesos en forma horizontal para evitar malos entendidos en la empresa, regidos bajo procedimientos y normas preestablecidas.

#### **2.1.9.1 Comunicación interna.**

(Carlos Julio Báez, Carlos J. Báez Evertsz, 2010), en su obra “La comunicación efectiva” manifiesta:

“La comunicación interna está relacionada con el desarrollo de las teorías de la gestión o management participativo. Su principal función es apoyar el proyecto institucional. La comunicación interna tiene una función descendente y otra ascendente”. (pág. 108)

La comunicación descendente debe proporcionar a los empleados de la institución un conocimiento de la organización, historia, normas, política de personal, política remunerativa, horarios, normas disciplinarias. Dentro de las tareas de este tipo de comunicación se encuentra la edición de boletines internos, la elaboración de resúmenes de prensa, la fijación de paneles informativos, en los cuales se den a conocer las decisiones adoptadas y todo tipo de información que se estime útil para el personal. Dentro de las instituciones públicas todo está prácticamente reglado, de modo que existen normativas que definen con toda claridad tanto la estructura como las funciones de las diferentes instituciones.

La política de comunicación interna descendente pretende que los miembros de la institución u organización conozcan sus objetivos y sus principios, fomentar la idea de participación, promover la agilidad de la transmisión de información y fortalecer la estructura jerárquica.

La comunicación interna ascendente se propone que los miembros de la institución participen en la misma y colaboren más activamente en la consecución de los objetivos de la institución u organización. Se busca que se comunique hacia la cúspide ideas y todo tipo de sugerencias, a la vez que se estimula la reflexión y el consenso. Pero esto está limitado en una organización tan jerarquizada como la administración pública, aunque cada vez se aplican técnicas empresariales y de organización de las empresas.

#### **2.1.10 Comunicación externa.**

(Carlos Julio Báez, Carlos J. Báez Evertsz, 2010), en su obra “La comunicación efectiva” manifiesta:

**La comunicación externa se dirige a presentar las realizaciones de las instituciones u organizaciones hacia el exterior. En las instituciones públicas se trata no solamente de los usuarios de sus servicios sino que se debe informar a otras instituciones, a los ciudadanos y alguna organización internacional. (pág. 109)**

El instrumento privilegiado para realizar esta comunicación externa son los medios de comunicación de masas, aunque también se elaboren revistas, boletines, memorias, folletos informativos, libros, jornadas informativas, seminarios. La comunicación externa emplea las campañas publicitarias y las relaciones públicas, para relacionarse con su entorno y para establecer y fortalecer las relaciones institucionales.

### 2.1.11 La cultura organizacional.

(Serna, Alvarez Valverde, Shirley Valverde., 2001)

**“La cultura es el resultado de un proceso en el cual los miembros de la organización interactúan en la toma de decisiones para la solución de problemas inspirados en principios, valores, creencias, reglas y procedimientos que comparten y que poco a poco se han incorporado a la empresa” (pág. 1)**

La cultura organizacional es un conjunto de creencias, valores, principios, normas que se establecen en una empresa para actuar y comportarse según estas condiciones, de esa forma en la convivencia que se da a diario se convierte en la médula de la organización que está presente en todas las funciones y acciones que realizan todos sus miembros.

Representa el modo de actuar y pensar de la empresa. El comportamiento de directivos y empleados hace que todos se integren como un equipo de trabajo para lograr los objetivos propuestos. La Cultura Organizacional se vuelve intangible, no se la siente solo se perciben los comportamientos, se internaliza entre los miembros de la empresa y tiende a perdurar en el tiempo si esta es positiva.

(Zapata, 2007) en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/840/CULTURA%20ORGANIZACIONAL.htm>, define la cultura organizacional como:

**Un esquema de referencia para patrones de información, comportamiento y actitudes que compartimos con otros en el trabajo y que determinan el grado de adaptación laboral; en esta medida representan un aprendizaje continuo en el cual la cultura organizacional se enriquece con los aportes de los individuos, se perpetúa a través de ellos a la vez que las personas enriquecen sus entornos.**

La cultura organizacional es un grupo complejo de valores, tradiciones, políticas, comportamientos y creencias esenciales que se manifiesta en símbolos, lenguaje lo que constituye un marco de referencia compartido para todo lo que se hace y se piensa en una organización. Esta nace en la sociedad, se administra mediante los recursos que la sociedad le proporciona y representa un factor activo que fomenta el desenvolvimiento de esa sociedad.

La cultura está compuesta por interpretaciones que son compartidas en forma colectiva en un proceso social. Es decir identificando el grado de responsabilidad y compromiso que las personas tienen para con la empresa, siempre buscando influir en los colaboradores para generar un sentimiento de pertenencia.

Estas interpretaciones guardan relación con la historia de la organización, los procedimientos, los valores aceptados, las formas de comunicación y la visión de la misma. Desde que se inicia o se crea una empresa los directivos deciden como funcionara la institución bajo parámetros y a medida que transcurra el tiempo con las acciones cotidianas, procedimientos y actividades estas se convierten en una cultura.

#### **2.1.11.1 Influencia sobre la cultura corporativa.**

La cultura corporativa de una organización estará influida decisivamente por un conjunto de aspectos, los cuales se encuentran interrelacionados y conforman un cúmulo de aportaciones que dan como resultado la cultura corporativa de la organización.

1. La personalidad y normas del fundador: El cual establece formas de hacer las líneas generales que deberá seguir la compañía.

2. La personalidad y normas de personas clave.
3. La evolución histórica de la organización.
4. Los éxitos y fracasos en la organización.

Se debe considerar que la cultura organizacional proporciona a la organización un marco interpretativo, una estructura instituida desde la cual se asigna significado a las acciones cotidianas y se ven reflejadas ante otras instituciones similares de forma positiva o negativa según sea su condición.

#### **2.1.12 Imagen Institucional**

(Joan Costa), en la imagen corporativa dice:

**La representación mental en la memoria colectiva, de un conjunto significativo de atributos configurando un estereotipo que es capaz de influir o de determinar comportamientos. La imagen es el resultado de unos determinados mensajes y actos de comunicación que, acumulados en la memoria social, configuran una globalidad significativa capaz de determinar ciertas conductas relativas directa o indirectamente a la empresa. (pág. 59)**

Entonces la imagen como representación mental se forma por la acción de ciertos estímulos externos de la comunicación y la publicidad.

Por tanto, la imagen es el efecto o resultado. No importa que la imagen sea positiva o negativa, que sea voluntaria o aleatoria: el mecanismo en su construcción es el mismo.

Por medio de la comunicación corporativa es prioritario investigar cómo se forman los públicos, conocer cómo se relacionarán y actuarán con las organizaciones.

Dentro del estudio de los públicos se incluye a todos los individuos con los que puede tener relación la organización, y cada individuo establecerá una interacción específica con la organización.

Se debe tomar en cuenta para analizar el rol de público las expectativas mutuas que surgirán de la relación entre una posición y su posición asociada, de esta manera tendrán una serie de prescripciones y proscipciones con respecto a la empresa.

La imagen corporativa es una lectura pública que se hace de la empresa; no se la gestiona directamente sino por intermedio de una gestión, de las comunicaciones y de la identidad corporativa. Es una imagen mental ligada a una corporación y a lo que representa, especialmente por conducto de su identidad visual expresada por signos gráficos, pero también de su comportamiento y sus actuaciones.

La imagen es una representación mental y virtual. Es una toma de posición emotiva. Puede haber casos en que en una razón lógica y material haya articulado una imagen positiva o negativa, pero esta razón se transforma en todos los casos en creencias y asociaciones; y la imagen configurada es siempre un hecho emocional.

En un mercado tan competitivo y cambiante, la imagen corporativa es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento, es así como las empresas deben adecuarse a los cambios con una velocidad y profundidad, jamás vista, de igual manera deberán adecuar su imagen, para transmitir dichos cambios.

En una institución, la imagen desempeña un papel muy importante, ya que las mismas son juzgadas por la imagen, porque el contacto con ellas es solo a través de los servicios. Algo similar ocurre con los personajes notorios que no se conocen personalmente. Todos tienen opiniones

formadas sobre políticos, artistas, deportistas y cualquier otra persona que haya trascendido el ámbito cotidiano sin haber tratado jamás con ella.

La imagen corporativa se proyecta sobre:

1. Las instituciones gremiales y laborales.
2. Las instituciones de gobierno.
3. Los medios de comunicación.
4. Los consumidores potenciales que forman el mercado.
5. Los usuarios de la institución.
6. Los proveedores y distribuidores.
7. La competencia.
8. Los empleados de la institución.
9. Las demás instituciones.
10. Las instituciones financieras y compañías de seguros

Es necesario proyectar una buena Imagen Corporativa porque:

1. Obtener una presencia permanente en la conciencia del público.
2. Aumentar el flujo informativo entre la empresa y el público por medio de una comunicación visual más eficiente (mensajes con menor interferencia).
3. Para transmitir, aumentar y preservar el prestigio de la institución.
4. Para incrementar la preferencia por los servicios que proporciona la institución.

### **2.1.12.1 La conducta corporativa de la empresa.**

La actuación cotidiana en su devenir diario, juega un papel muy importante en la formación de la imagen de una empresa, ya que se convierte en uno de los parámetros principales de evaluación de la organización.

Todas las acciones de una empresa tienen una dimensión comunicativa, es decir, hablan de la entidad. Todos los recursos de la gestión regular de la entidad adquieren una dimensión publicitaria.

Podemos diferenciar entre conducta interna, conducta comercial y conducta institucional.

### **2.1.12.2 Conducta interna.**

Es la actuación cotidiana que tiene lugar de puertas adentro de la organización. La conducta interna es el primer paso dentro de la cadena de conducta corporativa, ya que está vinculada a la actuación hacia sus empleados.

Todo lo que los empleados hagan y digan en su relación directa con los diferentes públicos influirá en la imagen que tengan de organización.

Para asumir las funciones comunicativas hay que tomar en cuenta lo siguiente:

1. La conducta personal en relación a su trabajo (puntualidad, cuidado personal).
2. La manera de promocionar a los empleados.

3. La forma de seleccionar a sus colaboradores.
4. La forma de seleccionar a los colaboradores.
5. La manera de sancionar a sus colaboradores.
6. La forma de evaluar el desempeño profesional del personal.
7. La manera de negociar los conflictos que pudieran surgir en sus áreas de trabajo.
8. La forma de relacionarse con las personas bajo su responsabilidad.
9. El estilo de dirección que utiliza con sus subordinados.
10. La forma de comunicar con el personal a su cargo.
11. El estilo de formación que impulsa para sus empleados.
12. El grado de accesibilidad que tenga el directivo para sus colaboradores.
13. El grado de tolerancia de las opiniones de las personas que trabajan con el directivo.
14. Los detalles personalizados que tenga con sus subalternos.
15. El interés mostrado por los asuntos extra laborales de sus empleados.

### **2.1.13 La planificación estratégica de la imagen corporativa.**

#### **2.1.13.1 La filosofía corporativa:**

Podemos definir la filosofía corporativa como la concepción global de la organización establecida para alcanzar las metas y objetivos de la

compañía, es en cierto modo los principios básicos por medio de los cuales la entidad logrará sus objetivos finales.

La filosofía corporativa estaría compuesta por tres aspectos básicos:

- a) La misión corporativa
- b) Los valores corporativos
- c) La visión corporativa.

#### **2.1.13.2 La misión corporativa.**

La misión de la organización es definir el negocio de la misma, lo que es y lo que hace para satisfacer a sus clientes.

#### **2.1.13.3 Los valores corporativos.**

Representan el cómo hace la organización sus negocios, es decir cuáles son los valores y principios profesionales existentes en la empresa a la hora de diseñar los productos, de fabricarlos y venderlos.

#### **2.1.13.4 La visión corporativa.**

La organización señala a dónde quiere llegar. Es la perspectiva de futuro de la compañía, el objeto final de la entidad, que moviliza los esfuerzos e ilusiones de los miembros para intentar llegar a ella. Es la ambición de la compañía, su reto particular.

### **2.1.14 Liderazgo.**

( Ken Blanchard, 2007), manifiesta en su obra “Liderazgo al Más Alto Nivel: Como Crear y Dirigir Organizaciones de Alto Desempeño

“Liderazgo es la capacidad de influir sobre otros mediante el desencadenamiento del poder y el potencial de las personas y las organizaciones para la obtención de un bien mayor” (pág. 17)

El liderazgo es una habilidad que poseen algunas personas para conseguir la voluntad de otros con motivación para conseguir un propósito que vaya en beneficio de todos.

(Vázquez, Rodrigo, 2010), expresa en su obra, 2010 “Habilidades directivas y técnicas de liderazgo: Su aplicación en la gestión de equipos de trabajo” (pág. 121)

El líder tiene tres funciones principales:

1. Aportar visión a la organización, establecer estrategias a largo plazo y asumir riesgos. Los líderes son los encargados de buscar nuevas direcciones que seguirá la organización.
2. Involucrar a las personas. Tratar de conseguir que todos trabajen en una misma dirección a través de la comunicación.
3. Motivar. Utilizar los valores humanos clásicos para que las personas no decaigan en su empeño por alcanzar los objetivos, transmitiendo energía positiva, lo que aumenta las ganas de emplearse a fondo por parte de los trabajadores.

El principal reto de las organizaciones del mundo en que vivimos es conseguir equilibrar una gestión fuerte con un liderazgo fuerte, pues la

debilidad en cualquiera de estos pilares puede hacer que la empresa pierda competitividad.

#### **2.1.14.1 Perfil de un buen líder.**

(Vázquez, Rodrigo, 2010)

**Una de las principales cuestiones que surgen en el tema del liderazgo es la de si un líder nace o se hace. En la actualidad, podemos afirmar que el líder es un compendio de inteligencia, de aprendizaje y de oportunidad. Lo que nos deja bien claro que, aparte de una experiencia y de una formación, el líder ha de contar con un talento innato. (pág. 135)**

Un buen líder no se fabrica sino que alguien con madera de líder se va haciendo a sí mismo a la espera de que le surja la oportunidad para desarrollar toda su capacidad de liderazgo por lo que debe contar con las siguientes características.

1. Tener visión. Saber predecir los cambios y definir estrategias en función de esa visión.
2. Saber establecer objetivos acordes a la visión del cambio que el propio líder tiene.
3. Saber comunicar su estrategia a los colaboradores de forma directa y asertiva, escuchando a los mismos, si es necesario.
4. Tener capacidad para dirigir y coordinar grupos, fomentando un buen clima de trabajo.
5. Saber distinguir lo principal de lo secundario y ser capaz de centrar los esfuerzos del grupo hacia las metas establecidas.

6. Ser un gran motivador para sus colaboradores, consiguiendo que todos se centren en el interés común por encima del individual e involucrando a todos hasta conseguir que se pueda trabajar con creatividad.
7. Saber formar a sus colaboradores detectando sus necesidades formativas.
8. Saber tomar decisiones en momentos difíciles, asumiendo la responsabilidad de la decisión.
9. Saber evaluar la calidad de sus decisiones para solucionar problemas, aprendiendo de los errores para mejorar en el futuro.

#### **2.1.14.2 Estilos de liderazgo**

(Vázquez, Rodrigo, 2010)

“En la actualidad se ha demostrado que un buen líder deber hacer uso de varios estilos, dependiendo de la situación en la que se encuentre, lo que le dotará de una magnifica flexibilidad que facilitará su tarea” (pág. 140)

Entre los estilos más representativos están:

- **Líderes coercitivos:**

Este tipo de liderazgo se caracteriza principalmente por demandar de sus colaboradores el acatamiento inmediato de las órdenes que impone. Suelen ser líderes orientados al logro y con buen autocontrol. Este tipo de liderazgo obtiene sus mejores frutos en situaciones de crisis, cuando se trata de restaurar o de tratar con empleados problemáticos, aunque generalmente tiene un impacto negativo en el clima laboral.

- **Líderes autoritarios:**

El liderazgo autoritario es muy útil cuando tratamos de movilizar a la gente hacia una nueva dirección. Estos líderes tienen una buena habilidad para promover el cambio, son muy empáticos. El líder autoritario suele ser buen generador de visión y al contrario del coercitivo, no enturbia el clima laboral.

- **Líderes afiliativos:**

Los líderes afiliativos basan su comportamiento en la persona. Para ellos es más importante, crean lazos afiliativos dentro de la organización. Es un buen tipo de liderazgo muy efectivo en casos de problemas con el clima laboral y para motivar a la gente en situaciones de mucho estrés.

- **Líderes democráticos:**

Los llamados líderes democráticos fomentan la comunicación dentro de la organización. Escuchan la opinión de los demás, lideran los equipos de forma excelente y son muy hábiles para crear consensos o para obtener datos de un determinado empleado. El clima laboral no se resiente sino que se refuerza con este tipo de liderazgo.

- **Líderes marcapasos:**

Con este liderazgo es probable conseguir estándares de rendimiento muy altos. Basan su comportamiento en que el colaborador haga lo que el líder hace. Son necesarias para obtener resultados de un equipo en poco tiempo aunque su impacto en el clima laboral es negativo.

- **Líderes “coaching”:**

Este liderazgo es muy útil para desarrollar a la gente de cara al futuro, con su empatía contribuyen a la formación de los demás y ayudan a

desarrollar fortalezas necesarias para sacar los proyectos adelante. Son muy positivos para el clima laboral.

#### **2.1.14.3 Consejos para ser un buen líder.**

(Vázquez, Rodrigo, 2010), expresa en su obra, “Habilidades directivas y técnicas de liderazgo: Su aplicación en la gestión de equipos de trabajo”

**Frecuentemente solemos hablar de los líderes cuando hacemos referencia a su capacidad para movilizar a sus seguidores en cualquier tipo de organización. Son lo que llamamos líderes carismáticos. Tienen una gran capacidad para generar entusiasmo y son capaces de conseguir que los demás hagan lo que ellos señalan. (pág. 154)**

Así, para ser buenos líderes y conseguir que los demás perciban nuestro carisma, además de contar con determinadas cualidades deberíamos seguir ciertas directrices. Destacamos las siguientes:

- a. Mantener a los colaboradores informados sobre lo que sucede en la empresa, reuniéndose con ellos periódicamente.
- b. Preguntarse si los colaboradores tienen la capacidad de tomar decisiones, ha de promover la delegación.
- c. Escuchar a los demás cuando proponen soluciones alternativas a las que el líder tiene.
- d. Ser el primero en reconocer los méritos de sus colaboradores y referir muchos éxitos al trabajo en equipo.
- e. Evitar mostrarse como un líder infalible y reconocer sus errores delante de su gente.
- f. Hacer que quienes le rodean sientan que lo que están haciendo contribuye a su propio bienestar.

Una persona que conjugue cualidades innatas con formación y experiencia y que sea capaz de desarrollar el trabajo con lo recomendado, llegara a ser considerado por los demás como un verdadero líder y podrá desempeñar un papel importante dentro de una organización.

#### **2.1.15 Trabajo en equipo.**

(Katzenbach, 2011), en la obra “Coordinación de equipos de trabajo” manifiesta:

**El equipo de trabajo representa una serie de valores que fomenta comportamientos tales como escuchar, responder constructivamente a los puntos de vista expresados por otros, dando a los demás el beneficio de la duda, proveyendo apoyo a quienes necesitan y reconociendo el interés y los logros de los demás. (pág. 87)**

Trabajar en equipo consiste en que todas las personas involucradas en el equipo, deben aportar y participar en todas las actividades con compromiso, responsabilidad y sacrificio para lograr un fin u objetivo en beneficio de todos guiado por un líder, respetando siempre las diferencias que existe entre las personas ya que cada individuo posee diferentes habilidades y capacidades que sirven para hacer algo específico.

La importancia del trabajo en equipo es porque, se pueden aunar diferentes habilidades de las personas, para aumentar la calidad del trabajo, superar obstáculos, buscar nuevas oportunidades. A diferencia del trabajo individual, en el equipo de trabajo se puede compartir las tareas y ser más eficiente en los resultados.

#### **2.1.16 Motivación.**

(Vázquez, Rodrigo, 2010), expresa en su obra, “Habilidades directivas y técnicas de liderazgo: Su aplicación en la gestión de equipos de trabajo”

“La motivación es aquel impulso compuesto por varios factores que inclinan a los seres humanos a realizar una acción elegida entre varias alternativas, siguiendo un determinado objetivo” (pág. 47)

La motivación variará en función de las condiciones ambientales y de las circunstancias personales de cada sujeto. Debido a ello, se puede afirmar que la motivación de las personas está sujeta a los cambios en función de las circunstancias.

Es muy importante que los líderes aporten una línea a seguir para que la empresa vaya adaptándose a los cambios del entorno y se mantengan los colaboradores motivados para que estos luchen por la consecución de los objetivos con todas sus fuerzas. Para estar motivados y ser muy productivos, los colaboradores han de sentir un alto grado de interés por sus trabajos que han de derivar en una amplia satisfacción cuando lo realizan.

Las motivaciones humanas se basan en necesidades, ya sea consciente o inconsciente experimentadas. Algunas de ellas son necesidades primarias, como requerimientos fisiológicos de agua, aire, alimentos, sueño, abrigo. Otras pueden considerarse secundarias, como la autoestima, el estatus, la asociación con los demás, el afecto, la generosidad, la realización y la afirmación personal. Naturalmente, estas necesidades varían en intensidad y en el transcurso del tiempo entre diferentes individuos.

#### **2.1.17 Manejo de conflictos.**

Un conflicto existe siempre que alguien no está de acuerdo y se opone a otra persona. En el trabajo el conflicto es inevitable, pues la gente no ve las cosas exactamente de la misma manera, y tampoco debe hacerlo. Una muy buena parte del éxito de las organizaciones

se funda en que tan bien superan los conflictos.

El conflicto surge cuando se rompe el contrato psicológico (expectativas implícitas, no escritas de la persona, en el trabajo). El contrato psicológico se rompe principalmente por dos razones:

- a) No se plantean de manera suficientemente explícitas las expectativas y no se indaga acerca de las expectativas de los otros.
- b) Una parte supone que la otra tiene las mismas expectativas, y esta suposición resulta falsa o insuficiente.

El conflicto puede ser funcional o disfuncional. Es funcional cuando el desacuerdo y la oposición sustentan el logro de los objetivos de la organización, aumenta la calidad de las decisiones de grupo y conduce a cambios innovadores. Es disfuncional cuando el conflicto no se resuelve adecuadamente y repercute en forma negativa y cuando impide la consecución de los objetivos de organizacionales.

### **2.1.18 Relaciones Públicas.**

( Krishnamurthy Sriramesh y Dejan Vercic , 2009), en la obra “Relaciones públicas globales: teoría, investigación y práctica” manifiesta:

**Las relaciones públicas son la comunicación estratégica que diferentes tipos de organizaciones utilizan para establecer y mantener relaciones simbióticas (relaciones interpersonales mutuamente beneficiosas) con los públicos relevantes, muchos de los cuales son cada vez más culturalmente diversos. (pág. 68)**

Las relaciones públicas constituyen un conjunto de acciones de comunicación, entre personas e instituciones y su objetivo es fortalecer

vínculos con diversos públicos, para lograr técnicas efectivas ya sea en negociaciones o como aliados para representar a una institución en el entorno según sea su actividad.

Las relaciones públicas persiguen el propósito de crear y fortalecer la buena imagen de la institución que se está promoviendo, estableciendo una serie de tácticas para dar a conocer los elementos positivos de la misma y así que la opinión pública sea la más favorable hacia dicha institución.

#### **2.1.19 Gestión integral.**

(<http://www.gestion-calidad.com/gestion-integrada.html>), define:

**La gestión integrada no es más que una nueva forma de enfocar las actividades de una organización para gestionar integralmente la variable calidad, ambiente, seguridad y salud ocupacional y responsabilidad social corporativa, teniendo como propósito el logro de una política integrada de gestión. Es una forma de responder a las nuevas exigencias técnicas en los mercados nacionales e internacionales.**

La gestión integrada es una “exigencia técnica” que se verá cada vez más solicitada en las organizaciones. Las empresas pueden ver en esta exigencia una oportunidad para desarrollar capacidades que le permitan emprender una gestión sostenible desde todo punto de vista: calidad, ambiente, seguridad, responsabilidad social, salud y negocios. Las normas son un instrumento para apoyar a la organización en dichos esfuerzos. Nuestros países necesitan de grandes empresas con la capacidad de construir un mejor futuro para todos.

El sistema de gestión integral es la herramienta administrativa encargada de condicionar la calidad y la precisión de los productos o

servicios. La gestión integral es la encargada de aportar diferentes tipos de soluciones que puedan aplicarse en cada caso, generalmente utilizando métodos de rediseño en los procesos, mediante un trabajo en equipo y siempre haciendo un aporte con respecto al comportamiento como variante que condiciona la certeza en la medición de los mismos.

Además, la gestión integral de negocios suele aplicar un control mucho más estricto en todas las áreas funcionales de la empresa, pero a la vez también se trata de un control mucho más motivador debido a los objetivos previamente alcanzados.

La aplicación del concepto de gestión integral en los negocios generalmente deriva en una relación mucho más directa con los clientes de la empresa ya que el mismo, básicamente consiste en conocer a los clientes, mediante un constante análisis del comportamiento de compras que poseen, los gustos, las preferencias, las tendencias en la demanda y la sensibilidad de los mismos frente a las variaciones de los precios.

## **2.2 Posicionamiento Teórico Personal**

Después de haber hecho el análisis documental de los diferentes enfoques y teorías he considerado utilizar la fundamentación sociológica, humanista, axiológica y legal porque en conjunto estas teorías estudian los comportamientos de las personas desde su naturaleza en sus diferentes acciones, analizando formas de organización e incluso las relaciones interpersonales que tienen gran importancia en el convivir diario, porque aquí es donde se demuestra valores, la ética, sentimientos, emociones y las necesidades de desarrollo manteniendo así un vínculo donde se trabaja en beneficio de todos y se determina un valor positivo o negativo de cada persona o cosa, porque continuamente estamos en constante relación y el manejo de la comunicación no se puede estar

aislado de lo que sucede a nuestro alrededor, aun mas con la evolución del mismo hombre en función de la tecnología.

Además, se pretende mejorar la comunicación interna y externa de la institución utilizando estrategias en aspectos de liderazgo, trabajo en equipo, motivación y vinculación con toda la población en sus diversas organizaciones para potencializar diferentes aspectos relacionados entre sí y satisfacer diversas necesidades respetando las diferencias de los demás para brindar igualdad y solución a los problemas.

Principalmente el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade tiene por objetivo integrar a toda la comunidad, para obtener un desarrollo cultural, económico, social, buscando armonía y la convivencia entre grupos y cumpliendo con el desenvolvimiento de la gestión parroquial.

### **2.3 Glosario de Términos**

- a. Bidireccional.** Que es capaz de reaccionar o funcionar en dos direcciones para tener una mejor comprensión.
- b. Colaboradores.-** Personas que ayudan con una actividad a otras personas.
- c. Cortesía.-** La cortesía es un comportamiento humano, es la mejor expresión es el uso práctico de las buenas maneras o las normas de etiqueta.
- d. Conducta.-** La conducta es la manera con que los hombres se comportan en su vida y acciones. En este sentido, la conducta se refiere a las acciones de las personas en relación con su entorno.

- e. **Comportamiento.-** Se trata de la forma de proceder de las personas u organismos frente a los estímulos y en relación con el entorno.
- f. **Cultura.-**Esta existe en nosotros desde el momento en que nacemos y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores en un inicio y de nuestro entorno posteriormente.
- g. **Estrategia.-** Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.
- h. **Gestión.-**Hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar varias actividades con eficiencia.
- i. **Institución.-** Las instituciones son mecanismos de orden social y cooperación que procuran normalizar el comportamiento de un grupo de individuos enfocados a lograr un propósito.
- j. **Organización.-** Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas.
- k. **Sistema.-** Es un conjunto de partes o elementos organizadas y relacionadas que interactúan entre sí para lograr un objetivo. Los sistemas reciben (entrada) datos, energía o materia del ambiente y proveen (salida) información, energía o materia.
- l. **Simétrico.-** En condiciones formales, un objeto es *simétrico* en lo que concierne a una operación matemática dada si el resultado de

aplicar esa operación o transformación al objeto, el resultado es un objeto indistinguible en su aspecto del objeto original.

**m. Procesos.-** Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) con un fin determinado.

**n. Logística.-** Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, en su distribución.

**o. Tecnología.-** Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

## 2.4 Matriz Categorial

Concepto	Categoría	Dimensión	Indicadores
Un canal de comunicación es el medio físico utilizado para intercambiar o compartir información entre dos extremos que establecen una conexión en un espacio y momento determinado, este medio físico puede ser mediante cartas, reuniones, sistemas inalámbricos, radio, internet.	Canales de comunicación	Internos  Y  Externos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de visita a la institución.</li> <li>• Opinión sobre comunicación interna.</li> <li>• Canales o medios para comunicarse.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Participación en reuniones</li> </ul>
Gestión Integral se considera como la tarea empresarial que se preocupa de la planificación, administración de los recursos humanos, físicos y monetarios, destinados a transformar una decisión de inversión en una realidad física operativa logrando la optimización de recursos.	Gestión Integral	Actividades  Estrategias  Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de liderazgo</li> <li>• Eficiencia y agilidad</li> <li>• Procesos</li> <li>• Conflictos</li> <li>• Motivación</li> <li>• Ambiente laboral</li> <li>• Participación ciudadana</li> <li>• Alianzas estratégicas</li> <li>• Imagen institucional</li> </ul>

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipos de Investigación**

El trabajo de exploración se enmarcó en los siguientes tipos de investigación.

##### **3.1.1 Investigación descriptiva.**

La investigación fue descriptiva porque pretendió caracterizar los hechos, situaciones, objetivos para establecer acciones en un espacio y tiempo determinados, sobre la comunicación y cultura organizacional en el Gobierno Parroquial de Julio Andrade.

##### **3.1.2 Investigación documental- bibliográfica.**

El uso de las fuentes bibliográficas, en esta investigación fue necesario, para obtener antecedentes y recolectar información a través de libros, revistas internet, documentos de carácter histórico, que guíen el desarrollo de bases teóricas que sirvieron para sistematizar conceptos.

##### **3.1.3 Investigación de campo.**

Con este tipo de investigación se recopiló, toda la información necesaria y verdadera en el mismo lugar, donde se produjeron los

hechos, para analizar, comprobar y sugerir alternativas de solución junto a los colaboradores de la institución.

#### **3.1.4 Investigación propositiva.**

Con este tipo de investigación se presentó una propuesta de solución al problema planteado. La Facultad de Educación Ciencia y Tecnología exige para sus trabajos de investigación la calidad de propositivos.

### **3.2. Métodos de la Investigación**

La investigación se desarrolló con los siguientes métodos.

#### **3.2.1. Método deductivo.**

Estableció un proceso de los principios, afirmaciones generales a los hechos particulares o específicos para aspectos de propuesta y estrategias de la investigación.

El método deductivo se aplicó en el planteamiento del problema y en la fundamentación teórica.

#### **3.2.2. Método inductivo.**

El método inductivo recabó la información en las encuestas como partes, para luego establecer un principio general siendo un referente en la investigación, y permitió fundamentar la propuesta en asuntos organizacionales.

### 3.2.3. Método estadístico.

Sirvió para la presentación de los datos obtenidos mediante instrumentos, consolidando la recolección de la información mediante datos numéricos, cuadros, gráficos e interpretaciones otorgando un resultado para la ejecución de los objetivos.

### 3.3. Técnicas Investigativas

Para la investigación se aplicó las técnicas de:

- ✓ **Entrevistas.** A los representantes y directivos del Gobierno Parroquial de Julio Andrade necesario para conocer la situación real de la institución.
- ✓ **Encuestas.** A los usuarios de los sectores urbanos y rurales porque ellos son quienes pueden calificar la gestión que realiza esta institución.

### 3.4. Población y Muestra

#### 3.4.1. Población.

La población que participó en esta investigación fue en base a un registro mensual de personas que requieren un trámite en el gobierno parroquial, entonces al mes ingresan alrededor de 200 personas ellas fueron la base para calcular y aplicar la encuesta y entrevista.

Funcionarios y directivos	7
Usuarios al mes	200
<b>Total</b>	<b>207</b>

### 3.4.2. Cálculo de la muestra.

En cuanto a los usuarios, se aplicó una encuesta considerando que un promedio de diez personas acuden diariamente a la institución, multiplicado por cinco días de la semana da un total de cincuenta usuarios semanales, estos multiplicado por cuatro semanas que tiene el mes dio un total de doscientos usuarios. Para lo cual se extrajo una muestra para no calcular a toda la población.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula

$$n = \frac{N * PQ}{(N - 1) \frac{E^2 + PQ}{K^2}}$$

n= Tamaño de la muestra

PQ= Variación de la población, valor constante= 0.25

N= Población/Universo

E= Margen de error estadístico aceptable

0.02= 2% (mínimo)

0.3= 30% (máximo)

0.05= 5% (recomendable)

K= Constante (2 vale siempre)

$$n = \frac{200 * 0.25}{(200 - 1) \frac{0.11^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{50}{0.851975} \quad n = 60 \text{ Personas}$$

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta dirigida a la comunidad acerca de la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade

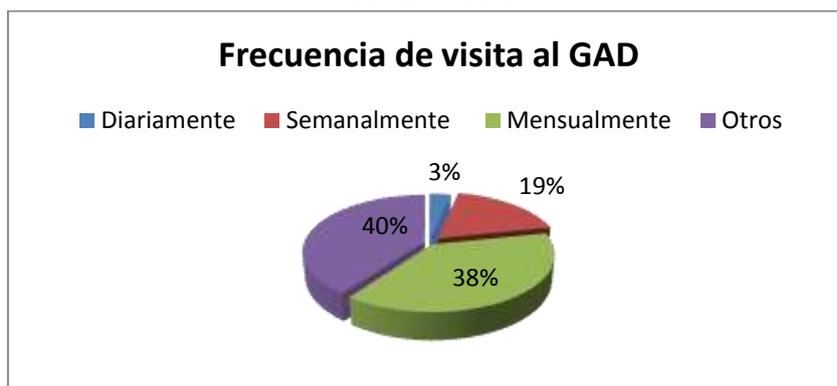
#### 1. ¿Con qué frecuencia acude usted al Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?

Tabla N°1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Diariamente	2	3%
Semanalmente	11	18%
Mensualmente	23	38%
Otros	24	40%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuentes

Gráfico N°1



#### INTERPRETACIÓN:

La mayoría de la población encuestada menciona que, la frecuencia para solicitar algún requerimiento en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade es “mensualmente” y en otras ocasiones de vez en cuando, mientras que un menor cantidad acuden de forma semanal y “diariamente”; la gran mayoría aprovecha generalmente los días domingos para realizar algún trámite, por ser día de feria y existe mayor movimiento.

2. ¿Cómo cree usted que es la comunicación interna entre directivos y empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?

Tabla N°2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Excelente	0	0%
Muy buena	11	18%
Buena	40	67%
Mala	9	15%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

Gráfico N°2



**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de la población considera que la comunicación que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade es “buena” entre los directivos, empleados y usuarios, mientras en menor cantidad las personas menciona que la comunicación es “muy buena”, pero se puede decir que se demuestra que existen algunas diferencias entre los integrantes de la institución y necesitan capacitación para que la comunicación sea más eficiente.

3. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade para convocar a los representantes de barrios y comunidades?

Tabla N°3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Oficios	32	44%
Radial	5	7%
Llamadas telefónicas	10	14%
Perifoneo	26	36%
otros	0	0%
<b>total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD

Elaborado por: Ana Fuertes

Gráfico N°3



**INTERPRETACIÓN:**

La población encuestada menciona que los directivos utilizan los “oficios” y el “perifoneo” como medio de comunicación, para convocar a realizar diversas actividades para la población, pero hay que considerar que en menor grado también se utiliza “llamadas telefónicas”, como una alternativa para comunicarse oportunamente con otras personas, ya que, en algunos casos es difícil que estos lleguen a tiempo a los representantes de las comunidades, entonces se evidencia que no se utilizan otras alternativas más eficientes para poder realizar las reuniones en el tiempo acordado. Incluso se cuenta con una página web, pero la misma está subutilizada porque no hay actualizaciones.

4. ¿Cree usted que los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade trabajan en equipo con todos los empleados y representantes de barrios y comunidades?

Tabla N°4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Siempre	16	27%
Casi siempre	33	55%
Algunas veces	11	18%
Nunca	0	0%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

Gráfico N°4



**INTERPRETACIÓN:**

La población sujeta de estudio hace referencia que “casi siempre” existe trabajo en equipo entre los directivos, empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade y los representantes de barrios y comunidades; sin embargo, hay ciertas situaciones que hacen que existan algunos inconvenientes a la hora de llegar acuerdos porque en algunos casos se ve el beneficio personal antes que el colectivo.

5. ¿Cómo considera usted las reuniones que realizan los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade para socializar diversas propuestas?

Tabla N°5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Importantes	50	83%
Dinámicas	9	15%
De poco interés	0	0%
Aburridas	1	2%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

Gráfico N°5



**INTERPRETACIÓN:**

Según las personas encuestadas manifiestan que los directivos cuando convocan a reuniones, éstas siempre son para tratar asuntos importantes, ellos transmiten amabilidad a los usuarios al momento de socializar, sin embargo, hace falta poner más énfasis, para que sean más “dinámicas”.

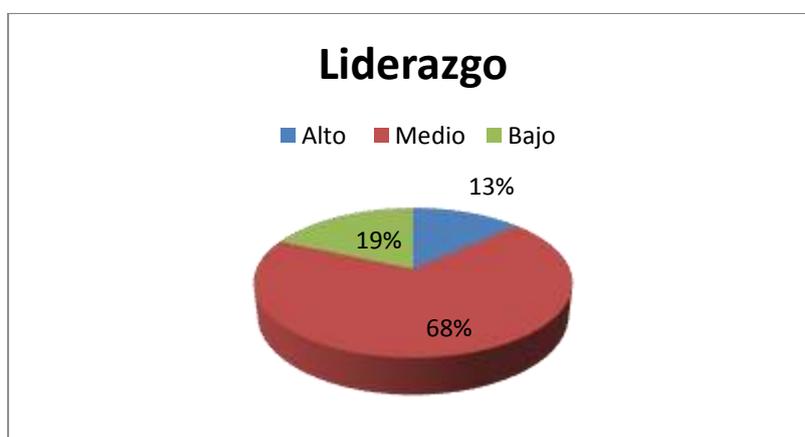
6. ¿En qué nivel ubica el liderazgo que tiene el Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade ante la población y otras instituciones?

Tabla N°6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alto	8	13%
Medio	41	68%
Bajo	11	18%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

Gráfico N°6



**INTERPRETACIÓN:**

Los encuestados hacen referencia que el presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado tiene un liderazgo "medio" en la parroquia, por ser nuevo en el cargo que ocupa, aún necesita conocer todo el desenvolvimiento que abarca sus funciones y de esa forma hacerse conocer por la gente, ya que, en algunos casos aun no lo identifican con facilidad.

7. ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade ofrece eficiencia y agilidad en los trámites y requerimientos que la colectividad requiere?

Tabla N°7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Siempre	7	12%
Casi siempre	33	55%
Algunas veces	20	33%
Nunca	0	0%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

Gráfico N°7



**INTERPRETACIÓN:**

Los encuestados dicen que “casi siempre” y “algunas veces” se ofrece eficiencia y agilidad en los trámites que requiere la ciudadanía, pero, existen situaciones que a veces retrasa su apertura, como en el caso de solicitar maquinaria, esta es muy limitada y otras actividades representativas porque requiere de un proceso en base a una planificación, para de esa forma cubrir las necesidades de todos los barrios y comunidades alargando el tiempo estimado para su ejecución.

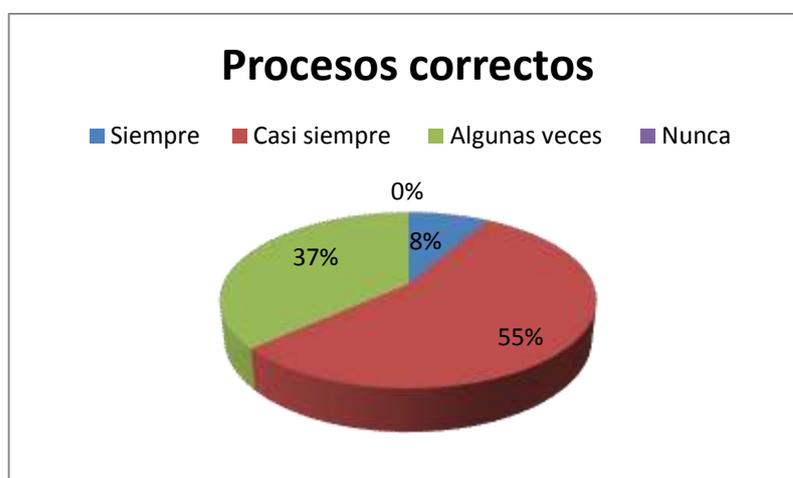
8. ¿Piensa usted que los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade realizan las gestiones con procesos correctos y de forma oportuna para la población?

Tabla N°8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Siempre	5	8%
Casi siempre	33	55%
Algunas veces	22	37%
Nunca	0	0%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

Gráfico N°8



**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de la población manifiesta que “casi siempre” sí se cumple con procesos correctos, para dar solución a las necesidades de la gente, porque se lo realiza mediante una planificación que determina la forma como se organiza y se ejecuta cada actividad o evento. No obstante, hace falta agilidad para satisfacer las necesidades de la población, pero considerando que hay limitaciones se espera según el cronograma de actividades ya establecido.

**9. ¿Conoce usted si se han creado conflictos o malos entendidos al interior del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

**Tabla N°9**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Con frecuencia	4	7%
Casi siempre	21	35%
Rara vez	31	52%
Nunca	4	7%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

**Gráfico N°9**



**INTERPRETACIÓN:**

Los encuestados manifiestan que “rara vez” existe personas que ocasionan conflictos y desacuerdos en el directivo, mientras que otro porcentaje dice que, “casi siempre” ha ocurrido algún percance y esto hace que se retrasen proyectos, y generen una mala imagen institucional; pero sin embargo, el presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade busca la forma de solucionar estas diferencias, para que no pasen a mayores circunstancias, limando ciertas diferencias para dar una respuesta positiva ante estas actitudes de aquellos que solo buscan su interés propio.

**10. ¿Sabe usted si el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade mantiene alianzas estratégicas con los gobiernos seccionales para fortalecer sus proyectos?**

**Tabla N°10**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Con frecuencia	34	57%
Casi siempre	26	43%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

**Gráfico N°10**



**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de las personas encuestadas afirman que “con frecuencia” y “casi siempre” si hay alianzas estratégicas con los gobiernos municipal y provincial, más allá de la política realmente si ha existido el apoyo y la relación con estas instituciones, todo con el objetivo de buscar el desarrollo de la parroquia, además se busca gestionar proyectos que beneficien a toda la población.

**11. ¿Conoce usted si existe motivación por parte de directivos hacia los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

**Tabla N°11**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Siempre	4	7%
Casi siempre	9	15%
Algunas veces	34	57%
Nunca	13	22%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

**Gráfico N°11**



**INTERPRETACIÓN**

Un gran porcentaje de la población asevera que “algunas veces” si se da motivación al personal que labora en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, además que si se puede percibir un ambiente agradable y de confianza con quienes están frecuentemente en la institución, no obstante, es necesario incrementar el nivel de motivación para lograr un mayor desempeño entre directivos, colaboradores y de esa forma proporcionar una atención óptima a los usuarios.

**12. ¿Cómo considera que es el ambiente laboral que tienen las personas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

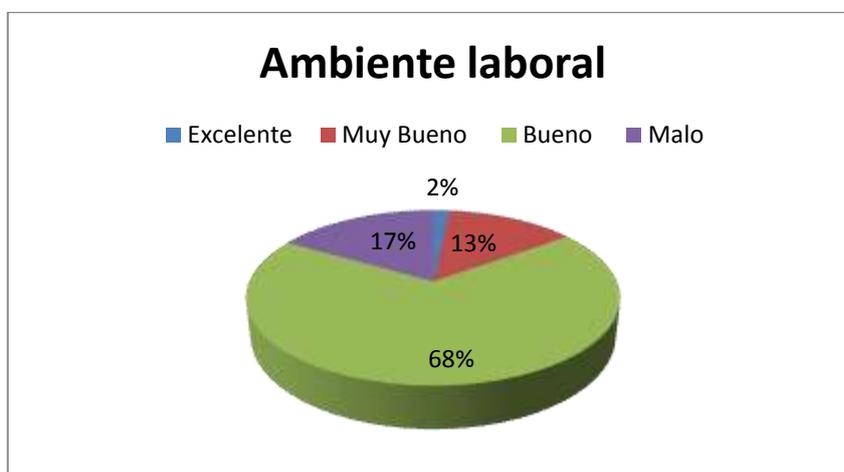
**Tabla N°12**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Excelente	1	2%
Muy Bueno	8	13%
Bueno	41	68%
Malo	10	17%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD

Elaborado por: Ana Fuertes

**Gráfico N°12**



**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de la población afirma que el ambiente laboral del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade es “bueno”, especialmente por el presidente de la junta parroquial, porque él es muy carismático, respetuoso y brinda la apertura necesaria a todas las personas dentro y fuera de la institución, con todo hay aspectos que mejorar con el resto de empleados.

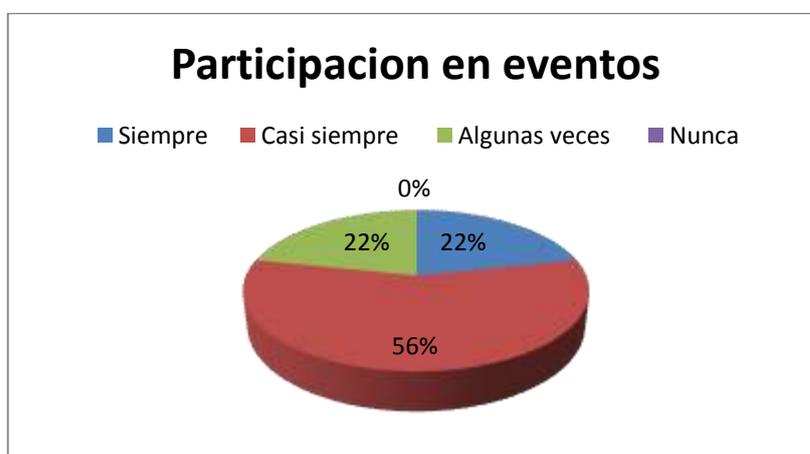
**13. ¿El Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade hace participar en los diferentes eventos a las comunidades y barrios?**

**Tabla N°13**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Siempre	13	22%
Casi siempre	34	57%
Algunas veces	13	22%
Nunca	0	0%
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

**Gráfico N°13**



**INTERPRETACIÓN:**

Las mayor parte de las personas investigadas afirman que “casi siempre” si se hace partícipe de todos los eventos y actividades a la población de barrios y comunidades de la parroquia, porque la gestión que realizan los directivos se debe a la gente que los eligió como representantes para que trabajen en beneficio de todos. Pero siempre es importante buscar formas de mejorar y mantener la participación activa de la gente.

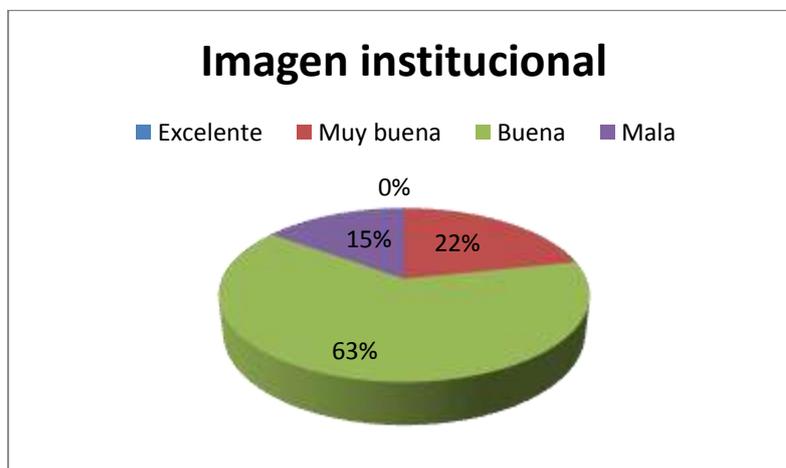
**14. ¿Cómo califica la imagen que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade ante la población?**

**Tabla N°14**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Excelente	0	0%
Muy buena	13	22%
Buena	38	63%
Mala	9	15%
total	60	100%

Fuente: Usuarios del GAD  
Elaborado por: Ana Fuertes

**Gráfico N°14**



**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de los encuestados aseguran que la imagen institucional que tiene el gobierno parroquial es “buena”, particularmente porque en base a las costumbres y tradiciones, generalmente la gente que los representa es de las mismas comunidades y la característica es que son amables con ciertas excepciones que tienen otros intereses. Además en cuanto a la infraestructura hace falta una remodelación o mantenimiento para una mejor presentación.

## **CAPÍTULO V**

### **5.1 CONCLUSIONES**

1. La comunicación que se maneja en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, según los encuestados es buena, pero hace falta capacitaciones en temas de atención al cliente para que sea más eficiente, aún más cuando es una administración nueva.
2. La relación entre directivos es buena, a pesar de ciertas diferencias y desacuerdos, porque cada integrante tiene una ideología política diferente y genera un poco de inconformidades.
3. Según la población, se requiere de una planificación y coordinación específica a todas las actividades que tiene que realizar la institución para cubrir todas las áreas, consideran que aún hace falta un acercamiento en las comunidades para socializar el programa de trabajo que disponen los directivos para su gestión.
4. Las formas o medios que utiliza el Gobierno parroquial para comunicarse con la ciudadanía aún siguen siendo tradicionales teniendo aceptación, sin embargo, disponen de una página web que necesita constante actualización, ya que, este es un medio moderno de comunicar los hechos y acontecimientos que se dan en la parroquia.
5. Por parte de los directivos, el manejo de la comunicación, socialización de proyectos y propuestas, hacia la población es sencillo, esto permite que la gente pueda entender lo que se desea transmitir u obtener inquietudes y participación, para buscar soluciones y evitar la pérdida de tiempo.

## 5.2 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda implementar herramientas más eficientes como charlas o capacitaciones para mejorar la comunicación entre directivos y usuarios; aún más por iniciar una nueva gestión debe darse a conocer y presentar una imagen cordial para una mejor aceptación a lo largo de la administración.
2. Es necesario considerar que la comunicación es importante dentro de una organización, por lo que, se solicita a los integrantes del Gobierno Seccional, dejar de lado las ideologías políticas y unir fuerzas para formar un solo equipo, donde se respete y se acepte las ideas de todos y mejorar su gestión, además es necesario proporcionar motivación para mejorar la forma de comunicarse entre directivos, empleados y usuarios; generalmente se debe aprovechar las reuniones que se realizan para que exista una relación más cordial.
3. Se debe buscar todos los medios necesarios para acercarse y satisfacer las necesidades de la población de una manera sencilla, en un tiempo determinado y con un cronograma debidamente establecido en tiempos, montos, responsables y recursos, los mismos deben ser comunicados a los presidentes de barrios y comunidades para obtener mayor eficiencia y garantizar la gestión de la administración.
4. Constantemente existen cambios e innovaciones en la tecnología y se ha convertido en una herramienta muy eficiente para optimizar los recursos; al mismo tiempo su uso es más frecuente y fácil de adaptar, por tal razón es necesario hacer referencia y se considere la actualización de la página web que disponen, además se solicita realizar un mantenimiento o remodelación al edificio donde operan e instalar un rotulo informativo donde mencione que es la institución y pueda ser visualizado por cualquier persona, considerando siempre

que el recurso económico es escaso pero influye en la imagen que se da a la ciudadanía.

5. Se recomienda siempre mantener encuentros cercanos con toda la población y comunicar las actividades que los involucra, para solicitar su participación y colaboración en los diferentes eventos y trabajos que se requiera para el desarrollo de la parroquia, siempre incentivando y haciendo evidente que el beneficio es para todos.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1. Título de la propuesta**

**“GUÍA ESTRATÉGICA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN EL MANEJO DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA GESTIÓN INTEGRAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE”**

#### **6.2. Justificación e importancia.**

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, es reconocido en la población por encargarse de ejecutar procesos de desarrollo a nivel de la parroquia y como toda institución busca realizar una buena gestión para beneficio de todos; considerando que el manejo adecuado de la comunicación dentro de la institución es imprescindible y se hace necesario formar un equipo de trabajo multidisciplinario, donde se pueda conocer las opiniones de todas las personas, pero siempre respetando el criterio y la forma como repercute cierta decisión ante los demás, guiados por un liderazgo que permita mantener un ambiente cálido.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas y entrevistas que se realizó a directivos, empleados y usuarios se determinó realizar una guía práctica, para ofrecer alternativas de solución a las necesidades identificadas en esta institución acerca de los canales de comunicación.

Por ser una administración, que lleva alrededor de un semestre en su gestión la ciudadanía hace referencia que la atención y comunicación que dan los directivos y empleados es buena, pero no excelente, porque aún se puede considerarla como una administración nueva y requiere adaptarse a ciertos cambios para el desarrollo completo de su gestión.

Además, hace falta socializar los planes de trabajo y darse a conocer a toda la población, para tener una apertura total en lo que se quiere realizar; de esa forma los directivos puedan realizar los cambios y evaluaciones necesarios, acorde a la evolución de las necesidades y requerimientos de la ciudadanía, con el firme propósito de obtener beneficios comunes.

Esta Guía mejorará la forma de comunicarse dentro y fuera de la organización, a su vez cumplirá con las expectativas de sus directivos, porque les permitirá realizar su gestión acorde a lo planificado y con un ambiente de cordialidad, confianza y mejorando la imagen institucional.

Esta propuesta significa un aporte social, porque va destinada a los miembros del gobierno parroquial y a la ciudadanía en general de Julio Andrade, los mismos que tendrán vínculos directos de cordialidad y comunicación para trabajar por el desarrollo del sector.

De la misma forma tiene un aporte tecnológico, porque contribuye a que las personas se preparen continuamente, adaptándose así a los cambios que exige la globalización y mejorando el desempeño en general.

La propuesta fue factible porque gracias al apoyo y colaboración de los directivos y personal de la institución están prestos a apoyar en lo que se requiera para mejorar comunicación en su institución por lo que es factible la elaboración.

### **6.3. Fundamentación de la propuesta.**

La propuesta se fundamenta en la necesidad de proporcionar capacitación sobre la comunicación y su incidencia en la gestión integral del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, considerando que los vínculos con la población son muy importantes para el cumplimiento de diversas actividades y satisfacer múltiples necesidades, es así que se presenta una alternativa para dar a conocer la importancia de la comunicación en la organización.

**6.3.1 Aspecto sociológico.** La sociología es la ciencia que estudia el desarrollo, la estructura y la función de la sociedad. Según COMTE Auguste

Considerando la conducta de las personas y el estudio de los grupos sociales, estos tienen diversas manifestaciones en diferentes formas y grados de vinculación, porque siempre las personas están interrelacionadas con diversos tipos de asociaciones y empresas, manteniendo entre sí un círculo comunicacional muy dinámico y con retroalimentación para cambiar ciertas acciones que no estén bien definidas.

**6.3.2 Aspecto psicológico.** Petrovski menciona “el desarrollo psicológico del hombre es un proceso complejo que tiene su origen en condiciones sociales de existencia, en el contexto histórico cultural que influye en el sujeto, el cual acumula la experiencia de generaciones precedentes, la transforma y se transforma a sí mismo en función de la actividad y la comunicación que establece con los otros a partir de sus vivencias”

A través del tiempo el hombre ha evolucionado en su comportamiento y habilidades de tal manera que sabe convivir rodeado de varias personas

con el fin de intercambiar acciones y conocimientos para mejorar su convivencia.

#### **6.4. Objetivos**

##### **General**

- ✓ Vincular a la comunicación como estrategia dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, para difundir su gestión y relacionarse con la población de manera cordial, para beneficio de todos los sectores.

##### **Específicos**

1. Fortalecer el liderazgo y el trabajo en equipo para el mejoramiento de las relaciones interpersonales entre directivos, empleados y usuarios, de esa manera obtener mayor desempeño.
2. Identificar medios de comunicación social para establecer alianzas estratégicas, que permitan la socialización y difusión de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.
3. Proyectar una imagen institucional transparente, responsable en la gestión a través de identificación de los públicos internos y externos que permita la inclusión y participación de los involucrados en todos los procesos.

#### **6.5. Ubicación Sectorial y Física**

El Gobierno Autónomo Descentralizado está ubicado en la parroquia de Julio Andrade, la misma que se encuentra ubicada en las calles 13 de

Abril y Juan Montalvo junto al parque central, perteneciente al cantón Tulcán, provincia del Carchi.

## **6.6. Desarrollo de la Propuesta**

Constantemente en las instituciones existen problemas de comunicación, hoy en día es un aspecto muy importante, porque en la forma como se comuniquen las personas, dependerá la calidad de vínculos interpersonales entre directivos, empleados, usuarios e instituciones.

Para dar solución a este problema que hay en la institución, se propuso una guía de sugerencias, como herramienta para fortalecer la comunicación entre todos los integrantes que están dentro y fuera de la institución. La finalidad de esta guía es lograr una comunicación efectiva, promoviendo una participación activa y motivacional para un mejor desempeño laboral y que permita la difusión de sus actividades a la ciudadanía.



**FECYT**

**SECRETARIADO  
EJECUTIVO EN ESPAÑOL**

**“GUÍA ESTRATÉGICA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS  
EN EL MANEJO DE LOS CANALES DE  
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA GESTIÓN  
INTEGRAL DEL GOBIERNO DE JULIO ANDRADE”**



**Autora:** Ana Lucía Fuertes Cevallos

**Director:** Dr. José Revelo

# GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE

## AUTORIDADES



Licdo. Rigoberto Bolaños

**Presidente**



Licdo. Germán Escobar

**Vicepresidente**

Sr. Eduardo Sarmiento

**1 vocal**

Sr. Efrén Villarreal

**2 vocal**

Licdo. Alipio Yar

**3 vocal**

Srta. Estefanía Vivas

**Secretaria tesorera**

**Auxiliar de secretaría**

---

Anita Fuertes

**Autora**

## **PRESENTACIÓN**

La Universidad Técnica del Norte, ha logrado en los últimos años un significativo desempeño en la investigación con vínculos hacia la sociedad. La formación y desarrollo profesional en la carrera de Secretariado Ejecutivo en Español busca entregar profesionales de calidad y calidez, contribuyendo de manera efectiva, en la gestión exitosa de una organización o institución en la que desempeñen sus funciones.

Para el cumplimiento a las normas establecidas en el proceso de formación profesional se realizó el trabajo investigativo: Guía Estratégica Sobre Buenas Prácticas en el Manejo de los Canales de Comunicación Organizacional en la Gestión Integral del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

El desarrollo de este trabajo es de suma importancia, ya que permitió generar y disponer de información positiva y oportuna para la toma de decisiones, con el fin de mejorar la comunicación interna y externa de la institución, vinculando a diversos públicos, garantizando la satisfacción de los usuarios, con respuestas eficientes y presentando así una gestión e imagen transparente a toda la población y contribuyendo con la optimización de los recursos.

Es importante tener conocimientos sobre el manejo de la comunicación organizacional y relaciones públicas, ya que permiten convivir con todo tipo de individuos en una sociedad, lo cual facilita el buen desempeño laboral ante cualquier situación y aún más en la actualidad, con el avance de la tecnología cada día es imprescindible estar capacitados en el manejo de redes sociales especialmente que se ha convertido en un medio muy adecuado que facilita y agiliza el trabajo del hombre y que este sea excelente.



## **MISIÓN INSTITUCIONAL**

La misión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Julio Andrade es liderar y articular procesos de desarrollo a nivel Parroquial. Promover y ejecutar políticas públicas de desarrollo sustentable establecidas en la Constitución de la República, Código de Organización Territorial Autonomías y Descentralización (COOTAD) en el Plan de Desarrollo Parroquial, y en el Plan de Ordenamiento Parroquial, que responde a las necesidades de hombres y mujeres de la circunscripción territorial, para conseguir una mejor calidad de vida con la participación de los actores internos y externos, equitativo e incluyente a través de asambleas de concertación.

## **VISIÓN INSTITUCIONAL**

La visión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Julio Andrade es manejar responsablemente sus recursos, con alta valoración de su patrimonio, en armonía con el ambiente que genera el crecimiento económico de su población y contribuye al buen vivir.

## **ATRIBUCIONES GENERALES PARA EL MANEJO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

- ✓ Difusión y socialización de los programas de actividades, proyectos que realiza el Gobierno Parroquial a través de los medios de comunicaciones locales y encuentros ciudadanos.
  
- ✓ Publicación de la información de interés a la comunidad acerca de los servicios que presta la institución.
  
- ✓ Actualización permanente de la página web y redes sociales de la institución, con la finalidad de transparentar el accionar del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.
  
- ✓ Elaboración de medios alternativos como: folletos, tarjetería, invitaciones, volantes, trípticos o carteles donde se comunique a la ciudadanía eventos, actividades y proyectos que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.
  
- ✓ Coordinar y colaborar con la población para la dirección de diferentes eventos y logística.
  
- ✓ Estructuración de una agenda de medios, para entrevistas con las autoridades con la finalidad de mantener informada a la ciudadanía sobre la actividad del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

## 6.6.1 Comunicación interna.

### ESTRATEGÍA 1: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL



Fuente: GAD Cantonal

**Conceptualización.** Se formula para comunicar e informar las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a diferentes sectores y personas que conforman los públicos ya previamente seleccionados, con el propósito de posicionar de manera positiva la imagen institucional.

Las actividades planificadas estratégicamente dentro de una organización, hacen mantener las buenas relaciones entre los miembros de la institución por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación.

#### **La comunicación organizacional tiene como objetivos:**

1. Transmitir la información institucional específica de una organización a sus empleados.
2. Fomentar los valores culturales de la organización.
3. Motivar y conocer la opinión de sus empleados en algunos aspectos.

La comunicación interna es todo lo que se genera en una empresa, tanto informal, como formal. Hay comunicación interna en todas las conductas que se desarrollan dentro de la organización, desde lo que se escribe, lo que se dice, lo que se piensa, lo que se siente, hasta lo que no se dice y fluye por todos los niveles para asegurar la participación de todos.

### **Técnicas: Destrezas de comunicación**

- **Capacidad de comunicación de los directivos**



Fuente: GAD Parroquial

### **RELEXIÓN**

*“La confianza engendra confianza. Servicios traen satisfacción. La cooperación demuestra la calidad del liderazgo”. James Cash Penny*

### **Proceso:**

1. Establezca una comunicación eficaz, reúnase con cada uno de sus colaboradores y comuníqueles los objetivos que deban cumplir. Asegúrese de que ha sido comprendido en todo, incluso en los detalles de menor importancia.

2. Dedique tiempo a explicar a sus colaboradores, como el trabajo de cada uno de ellos contribuye al cumplimiento de la estrategia organizacional, hágalo a través de ejemplos.
3. Sea siempre claro y preciso, ciertas decisiones pueden parecer inconsistentes sin una adecuada explicación. Brindarla puede permitir ganar aliados.
4. Atrévase a exigir a su colaborador un desempeño superior y procure que esa exigencia implique un proceso de aprendizaje para ambos. Guíe a sus colaboradores hacia la excelencia con motivación.

- **Capacidad de comunicación de la secretaria**

### **Proceso**

- ✓ “Una Secretaria comunicativa” debe mirar a la cara del interlocutor.
- ✓ Ser amable con la persona que se tiene delante.
- ✓ Utilizar un lenguaje claro y preciso.
- ✓ Prestar atención y escuchar al interlocutor sobre las dudas que tenga.
- ✓ Preguntar al cliente si lo explicado fue entendido y si necesita saber alguna otra información.
- ✓ Repetir al usuario el mensaje que se ha recibido cuando este no sea entendido.
- ✓ Expresar los sentimientos que cause en la comunicación, tener empatía (ponerse en el lugar del usuario)
- ✓ Dar la debida apertura y confianza para que su jefe y cliente puedan comunicarse para mejorar su interrelación.



Fuente: UTN

### **Recursos: Organización y canales**

A fin de cumplir con las políticas del buen vivir, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade busca mejorar la comunicación institucional, utilizando estrategias acorde a sus necesidades y vinculando a todos sus integrantes de manera cordial y ajustándose a la planificación de su gestión. Para esto es importante considera que en si la institución debe tener relación directa entre:



Fuente: Elaborado por la autora

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade establecerá las normas del flujo de información en función de los niveles jerárquicos y por temas relacionados con sus funciones; determinando los procedimientos y requerimientos para su ejecución.

Mediante los siguientes canales.

1. Oficios
2. Circulares
3. Memorandos
4. Llamadas telefónicas
5. Reuniones
6. Tablón de anuncios
7. Correo electrónico
8. Redes sociales



Fuente: internet

Generalmente se utilizan medios impresos para comunicarse con los públicos, aunque en la actualidad con el desarrollo de la tecnología ya existen otros medios por los cuales comunicarse resulta más fácil.

### **Implementación de los canales de comunicación**

- 1. Oficio.** El oficio es un documento o comunicación escrita de carácter netamente oficial, protocolario, utilizado por las autoridades o funcionarios de las diferentes dependencias, necesarios para llegar a la ciudadanía difundiendo las actividades y acciones de la institución.

## **Cuerpo del Oficio**

- ✓ Membrete
- ✓ Lugar Y Fecha
- ✓ Numeración
- ✓ Destinatario
- ✓ Vocativo
- ✓ Asunto
- ✓ Referencia
- ✓ Cuerpo O Texto
- ✓ Despedida
- ✓ Firma
- ✓ Anexo



## GOBIERNO PARROQUIAL DE JULIO ANDRADE

Julio Andrade-Carchi-Ecuador

---

Oficio 0161- GADJA

Julio Andrade, 03 de Octubre 2015

Señor

**Wilfrido Cando**

**PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE CASA-FRÍA**

Señor Presidente:

Reciba un atento y cordial saludo del Gobierno Parroquial de Julio Andrade, a la vez, LA COMISIÓN DE FIESTAS, tiene el honor de participarle que nuestra parroquia se aproxima a celebrar un año más de vida política administrativa, por tal razón, se invita a participar en una reunión de trabajo, para orientar y planificar la importante participación de su comunidad a la cual usted dirige, la misma que se realiza a cabo el miércoles 07 de octubre a las 18:00 horas, en la sala de sesiones del gobierno parroquial.

Será grato contar con su presencia.

Atentamente,

**Licdo. Rigoberto Bolaños**

**PRESIDENTE**

Anita F.

- 2. Circulares.** Es necesario considerar se establezca realizar circulares para generar conocimiento de las diversas decisiones que se toman en la institución y para que haya constancia escrita.

Las circulares deben ser:

- ❖ De fácil elaboración y de distribución inmediata.
- ❖ Es genérica, no puede personalizarse y no distingue jerarquías.

**Una carta circular deber ser escrita considerando:**

- ✓ Membrete
- ✓ Número de circular
- ✓ Asunto
- ✓ Lugar y fecha de emisión de la circular
- ✓ Remitente
- ✓ Destinatario
- ✓ Cuerpo
- ✓ Despedida
- ✓ Firma

**CIRCULAR N°: 010.**

**ASUNTO:** Reunión extraordinaria.

**FECHA:** Julio Andrade 22 de octubre del 2014.

**DE:** Licdo. Rigoberto Bolaños

**Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade**

**A:** Señores vocales

Con motivo de dar mantenimiento a la maquinaria de obras públicas durante las semanas siguientes, se convoca a los señores vocales a una reunión extraordinaria, para tratar el tema de cronograma de viabilidad, la reunión será en el salón de la institución el día 25 de octubre del 2014 a las 17 horas.

Se ruega asistencia puntual.

Atentamente,

**Licdo. Rigoberto Bolaños**

**PRESIDENTE**

- 3. Memorando.** Es un documento interno y breve que se origina dentro de la empresa, para coordinar actividades, programas, campañas, viajes.

### **Partes básicas del memorando**

- |                      |                                 |
|----------------------|---------------------------------|
| ✓ Membrete           | ✓ Texto o cuerpo del memorando. |
| ✓ Nombre del mensaje | ✓ Saludo y despedida.           |
| ✓ Número.            | ✓ Firma del remitente.          |
| ✓ Encabezamiento     |                                 |
| ✓ Asunto             |                                 |

### **Se caracteriza por ser:**

- ❖ Un documento breve y directo
- ❖ Funcional y práctico
- ❖ Circula dentro de la institución
- ❖ Sobre todo de acción inmediata

El memorando es una comunicación diplomática en la que se transmite un mensaje y puede ser:

- Una orden
- Un mensaje
- Un perdido
- Una justificación
- Una amonestación
- Una información



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
DE JULIO ANDRADE  
CARCHI-ECUADOR**

---

**MEMORÁNDO**

**SECRETARÍA**

No. 008 – S

**DE:** Anita Fuertes – SECRETARIA, ENCARGADA  
**PARA:** Licdo. Rigoberto Bolaños – PRESIDENTE GADJA  
**ASUNTO:** REPOSICIÓN DE CAJA CHICA  
**FECHA:** 14 de octubre 2014

Adjunto el detalle, comprobantes y documentos justificativos de los gastos efectuados con el Fondo de Caja Chica, con la finalidad de que se sirva disponer la respectiva reposición.

Anita Fuertes.

SECRETARIA (E)

#### **4. Llamadas telefónicas**

El teléfono es una herramienta indispensable en todos los negocios e instituciones y representa nuevas formas de comunicarse desde diferentes lugares, facilitando el acceso, economía de costos y rapidez.



Fuente: UTN

#### **Reglas de oro para el lenguaje telefónico**

1. Sonría, (nombre de la empresa y personal)
2. Articule claramente las palabras
3. Hable con lentitud (pero no exagere)
4. Tome nota, de los requerimientos
5. Haga preguntas: reformular y mencionar al interlocutor por su nombre

**5. Reuniones.** Como política institucional se realizarán reuniones una o dos veces en cada mes y de ser necesario se convocara a reuniones extraordinarias según las necesidades que se presenten ya que son útiles para todos saber el desempeño de los integrantes.

En la preparación de las reuniones hay que concretar:

- ✓ El objetivo y los asistentes
- ✓ Lugar y momento de su realización
- ✓ El tema o asuntos a tratar y orden del día
- ✓ Soportes audiovisuales previstos
- ✓ Análisis de posibles desacuerdos, tono a utilizar
- ✓ Necesidades de reuniones previas de preparación con algunos asistentes
- ✓ Necesidades de registro (grabación) o acta de la reunión

**6. Tablón de anuncios.** Es un lugar donde se pueden dejar mensajes públicos, por ejemplo, un aviso para comprar o vender, anunciar eventos, o proveer información sobre los eventos que realizara la institución, estos están dirigidos a todo el público por lo que es necesario ubicarlo en un lugar visible.



Fuente: UTN

- 7. Correo electrónico.** Otra vía de comunicación muy rápida y económica es mediante el correo institucional, la información que se trasmite puede ser de cualquier tipo: textos, archivos, gráficos, fotografías, programas entre otros.

Actualmente cuentan con el correo del presidente de gobierno parroquial, se recomienda implementar un correo institucional.

**ruderrigoberto@hotmail.com**

- 8. Redes sociales.** Cada día más las redes sociales tienen mayor importancia en la comunicación personal e institucional, por lo que es un buen elemento de comunicación interna en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

**Las redes sociales aportan:**

- ✓ Ahorro
- ✓ Eficacia organizativa y funcional

- ✓ La difusión de informaciones
- ✓ Acceder de forma remota o local a información corporativa
- ✓ La realización de encuestas y sondeos
- ✓ El intercambio de información

**Facebook.** Este medio de comunicación tiene una gran acogida por la mayoría de personas, por esa razón también es importante implementar y crear un grupo específico para el gobierno parroquial.

Actualmente los directivos cuentan con un perfil personal en este medio, el mismo que sirve para comunicarse de forma rápida y precisa con la ciudadanía.



Fuente: GAD Parroquial

## Evaluación

Es necesario considerar que la implementación de los diversos canales de comunicación, deben ajustarse a la disponibilidad de medios económicos y según las necesidades que se tenga en la institución, por supuesto siempre encaminados a evolucionar y cambiar conforme transcurre el tiempo para ser más eficientes en todas las actividades propuestas e influir en la opinión y actitud de un grupo de personas.

## **REFLEXIÓN**

*Todos los medios son buenos cuando son eficaces. (Jean Paul Sartre)*

## **ESTRATEGÍA 2 HABILIDADES DE LA COMUNICACIÓN, LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO**



Fuente: GAD Parroquial

## **REFLEXIÓN**

*“La manera como nos comunicamos con los demás y con nosotros mismos en última instancia determina la calidad de nuestra vida“(Anthony Robbins)*

**Conceptualización.** Es muy importante saber manejar la comunicación por parte de los directivos, expresarse con eficacia a fin de alcanzar resultados favorables, por esa razón es necesario usar un lenguaje sencillo, respetando la personalidad, con técnicas de persuasión, entonación de la voz y gesticulación.

**Objetivo.** Hacer que la comunicación fluya oportunamente entre los miembros que integran la institución, para la coordinación oportuna de actividades y tareas para informar y dar a conocer a los públicos relacionados y tomar decisiones oportunas.

**Un buen comunicador/a es amigable y utiliza técnicas sencillas como:**

- ✓ Permite que las personas participen haciendo respetar la opinión de los demás
- ✓ Habla refiriéndose a las personas por su nombre para mayor confianza
- ✓ Mantiene una actitud segura, positiva y dinámica al transmitir un mensaje
- ✓ Contestar con paciencia las preguntas que le hagan
- ✓ Si existe discrepancias, exponga su opinión con actitud tranquila y sabia



Fuente: GAD Cantonal

De la misma forma el manejo que debe tener una secretaria en la comunicación es válido, porque ella tiene un conocimiento cabal de todas las actividades y es una colaboradora inmediata en la organización de reuniones, eventos, correspondencia e informes y la atención al cliente de la institución.

La comunicación es de vital importancia, para tener la seguridad de que las operaciones y acciones funcionen todo lo mejor posible. El tener una buena capacidad de comunicación es imprescindible, para que todos sus integrantes realicen sus funciones con éxito, evitando malentendidos que muchas veces son innecesarios y así formar unas sólidas relaciones interpersonales.

### **Proceso:**

#### **Decálogo de la secretaria para ser lideresa**



Fuente: GAD Provincial

- ✓ **Trabaje todo lo que pueda.** Haga el trabajo más difícil a la primera hora de la mañana.
- ✓ **Estudie todo lo que pueda.** Cuanto más sepa tanto más fácil y eficaz será su labor.
- ✓ **Tenga iniciativa.** Busque la manera más propicia para realizar cosas creativas para que le ayuden a desarrollar su trabajo con mayor precisión y agrado.
- ✓ **Tenga amor al trabajo.** Hay una sensación admirable de satisfacción al realizar un trabajo bien hecho.
- ✓ **Sea exacta.** La exactitud es mejor que la riqueza.
- ✓ **Tenga valor.** Un corazón valiente superara todas las dificultades.
- ✓ **Sea amistosa.** Solo las personas amistosas llegan a convertirse en jefes exitosos.
- ✓ **Cultive su personalidad.** La personalidad de la secretaria es muy importante cuide su estética y modales.
- ✓ **Sonría siempre.** La sonrisa es el rayo de sol que consigue abrir las puertas y tener amistades sinceras.

**Recursos:**

- **Liderazgo**

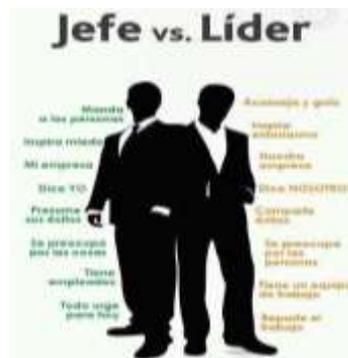


Fuente: GAD Parroquial

**REFLEXION** "Demostrar tu liderazgo significa que cuando surgen los problemas los enfrentas de una manera madura, racional y sincera, por muy molesto que te resulte" Robin S. Sharma

El liderazgo es la habilidad de lograr influenciar y motivar a otras personas a realizar actividades que el líder está convencido de hacer, para lograr metas y acciones que vayan orientadas al beneficio de todos.

### Características del líder



Fuente:

[https://www.google.com.ec/search?q=caracter%C3%ADsticas+del+l%C3%ADder&biw=1360&bih=667&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=caMyVNqKJ8vIgwT8ioHwCA&sqi=2&ved=0CAYQ\\_AUoAQ](https://www.google.com.ec/search?q=caracter%C3%ADsticas+del+l%C3%ADder&biw=1360&bih=667&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=caMyVNqKJ8vIgwT8ioHwCA&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoAQ)

1. Define objetivos con claridad y los comunica a los integrantes del grupo.

2. Orienta al grupo en la dirección que le permita alcanzar los objetivos.
3. Tiene la capacidad de hacer un uso responsable del poder.
4. Puede compartir con los seguidores la influencia y el control.
5. Retroalimenta a otras personas con base a su trabajo y los motiva.
6. Desarrolla técnicas para lograr efectividad en el trabajo en equipo.
7. Propone variedad de alternativas de trabajo, sabiendo integra el aporte de los miembros del grupo.
8. Posee carisma y tiene energía.

- **Trabajo en equipo**



Fuente: GAD Parroquial

## **REFLEXIÓN**

*"El éxito va ligado a la unión de fuerzas e ideas. De allí parte el beneficio y desarrollo de todas las comunidades" Juan Guillermo Arenas Marín*

Un equipo es un grupo de individuos, que trabajan juntos para mejorar un proceso. Gracias al conocimiento y experiencia que posee cada miembro del equipo, se pueden lograr verdaderas mejoras trabajando en colaboración, más que individualmente.

Entre las tareas que tiene un equipo esta determinar las reglas por las que se regirá su comportamiento. Estas reglas son los acuerdos formales, necesarios para aprender a trabajar en común y tratarse mutuamente a esto se le denomina código de conducta el mismo que puede ser modificado según las sugerencias y necesidades de todos los miembros, es necesario mantenerlo documentado para que todos puedan conocer y actuar en cada reunión.

### **Proceso**

Cada equipo establece su propio código de conducta pero en términos generales un código debe tener los siguientes puntos:

- a. Decisiones por consenso
- b. Participación de todos los miembros del equipo
- c. Confidencialidad
- d. Escuchar a los demás
- e. Asistir preparados a las reuniones
- f. Puntualidad
- g. Levantar acta de cada reunión

## Ventajas del trabajo en equipo



Fuente: GAD Parroquial

1. Estimula y motiva cuando se implican todos los participantes
2. Permite abordar más facetas en menos tiempo si todos los miembros son eficientes
3. Favorece las ideas surgidas de la personalidad y originalidad de cada uno
4. El resultado del trabajo de equipo puede ser más completo y creativo que el trabajo individual

### **REFLEXIÓN**

*Trabajar en equipo divide el trabajo y multiplica los resultados. Anónimo*

Como es lógico, llegará siempre el momento en que algún miembro del equipo diga algo incorrecto, cometa un error, no actúe de forma prescrita en las normas de convivencia, o no cumpla a tiempo su parte del trabajo. En estos casos es absolutamente necesario corregir el error, buscando el momento propicio, generalmente es necesario esperar un rato después del error cometido porque quien reciba la crítica se sentirá menos

presionado, tenso, entonces recibirá con una actitud más positiva el cuestionamiento.

A esto se le conoce como gestión eficaz de la retroalimentación, constituye un elemento clave para mantener la cohesión y armonía dentro del equipo. El líder es el responsable de evitar que las críticas se conviertan en situaciones potencialmente destructivas de la convivencia en el grupo.

### **Evaluación:**

#### **Trato Jefe - Secretaria un equipo efectivo**



Fuente: GAD Provincial

Las relaciones con el jefe se basan en el respeto mutuo, en la confianza, la lealtad y la superación. La secretaria ejecutiva sabe trabajar en equipo y aporta con sus ideas creativas para el beneficio de la organización. Su eficiencia la hace merecedora de la confianza del jefe, que la considera su brazo derecho su “asistente efectiva”.

La secretaria le es leal a su jefe, siempre le defiende y se expresa lo mejor posible de él. En ocasiones es indispensable pedir ayuda al jefe, no dudar en hacerlo pues él es la persona más cercana en su oficina. Es fácil pedir ayuda al jefe, pues la relación se basa en el respeto y la colaboración permanente.

En el momento de solucionar dificultades se trata de un equipo de trabajo, por lo que es conveniente colaborar con él y no al frente mientras se le explica la situación. A veces la ayuda oportuna del jefe evita una crisis y siempre es conveniente que el colabore con la solución de problemas.

### **ESTRATEGÍA 3 LA IMPORTANCIA DE LA MOTIVACIÓN**

**Conceptualización.** La institución es un ente que por sí solo nunca puede alcanzar sus objetivos ya que siempre necesita personas que la ayuden a lograr sus metas, pero si lo que desea es que funcione de forma excelente necesita que esas personas estén motivadas.

Los directivos deben identificar cuando un empleado entra en una fase de desmotivación, empieza a perder el entusiasmo y la ilusión con la que empezó el primer día. Su rendimiento empieza a verse reducido y la calidad del trabajo que realiza queda afectada y por tanto empiezan a cometer ineficiencias por la falta de atención hacia las tareas a realizar.

Existen varios motivos para la desmotivación laboral , como no sentirse bien remunerado, la mala relación con el superior, con otros compañeros, la falta de reconocimiento, la falta de desarrollo profesional, la rutina, los problemas personales.

**Objetivo.** Incentivar o persuadir a los integrantes de la institución para ayudarle a encontrar el MOTIVO que lo lleve a la ACCIÓN.



Fuente: GAD Provincial

Con pequeñas acciones se puede lograr aumentar de forma significativa el nivel de motivación de los empleados. Como punto principal se encuentra la comunicación, ya que la comunicación es la base principal sobre la que se sustenta el que las personas se sientan realmente motivadas, saber comunicar correctamente evita malos entendidos, crea confianza, establecer vínculos, genera entusiasmo y establecer lazos de unión más que cualquier otro medio.

**La motivación con técnicas bien definidas mejora en aspectos de:**

- ✓ Mejorar la comunicación entre empleados y la institución
- ✓ Se gana el respeto mutuo
- ✓ Busca la conciliación entre trabajo y familia
- ✓ Reconoce el trabajo de los empleados
- ✓ Establece retos constantes para evitar la rutina
- ✓ Crea equipo
- ✓ Establece entrevistas personales y evaluación de satisfacción

## **REFLEXIÓN**

*"Rendirse ante la adversidad es mostrarse de su parte". Diego de Saavedra  
Fajardo*

### **Recursos:**

Un ambiente cómodo y ameno permite que todos desarrollen sus labores sin mayores dificultades, confiando unos en otros.

Además, cuando el ambiente es de buenas relaciones, se tiene ganas de estar allí, aumentando la puntualidad, el humor, y la productividad en el trabajo. De la misma manera el transmitir esta actitud a los usuarios, es positivo e importante porque el usuario se crea la primera imagen sobre la institución.

Por tanto, adquiere una vital importancia la comunicación verbal y no verbal, por parte de quien tiene esta responsabilidad que en su mayoría es la secretaria, es aquí donde se debe crear un espacio de acogida y se debe identificar el motivo para proporcionar la orientación e información necesaria para que el usuario pueda tener una respuesta oportuna a su solicitud. Y de la misma forma la despedida es importante porque es la última impresión que tendrá el usuario del servicio entregado, satisfaciendo una gestión al mismo tiempo le invita a volver nuevamente.



Fuente: GAD Cantonal

### **Proceso:**

#### **Normas esenciales para el trato con el cliente**

- ✓ No hacer promesas si no vamos a mantenerlas
- ✓ Escuchar a sus clientes sin echarles de menos
- ✓ Ser útil, aunque el beneficio no sea inmediato
- ✓ Adelantarse a las necesidades del cliente y aconsejarle bien
- ✓ Dar a conocer el servicio y comprométase hacerlo bien
- ✓ Tratar a las personas con respeto y cortesía
- ✓ Ajustar los servicios a las necesidades particulares de cada cliente
- ✓ Dirigir la comunicación "Uno a Uno"
- ✓ Establecer procesos de enseñanza aprendizaje cliente - empresa
- ✓ Lograr la lealtad del cliente



Fuente: GAD Cantonal

### **REFLEXIÓN**

*“Las personas dan un buen servicio cuando les gusta lo que hacen”  
Desconocido.*

#### **Reglas importantes para las personas que atiende**

- ✓ No haga esperar al cliente, saludelo de inmediato
- ✓ Dar atención total, sin distracciones o interrupciones
- ✓ Haga que los primeros 30 segundos cuenten
- ✓ Sea natural, no falso o robotizado
- ✓ Demuestre energía y cordialidad (entusiasmo)
- ✓ Sea agente de su cliente (sino puede usted resolver el problema, ayude para ver quién puede)
- ✓ Piense, use su sentido común para ver cómo puede resolver el problema del cliente.
- ✓ Algunas veces ajuste las reglas (si la regla puede ser cuestionada)

- ✓ Haga que los últimos 30 segundos cuenten (dejar una buena impresión)
- ✓ Manténgase en forma, cuide su persona.



Fuente: GAD Cantonal

### **Evaluación:**

#### **Aspectos importantes de la relación con el cliente**

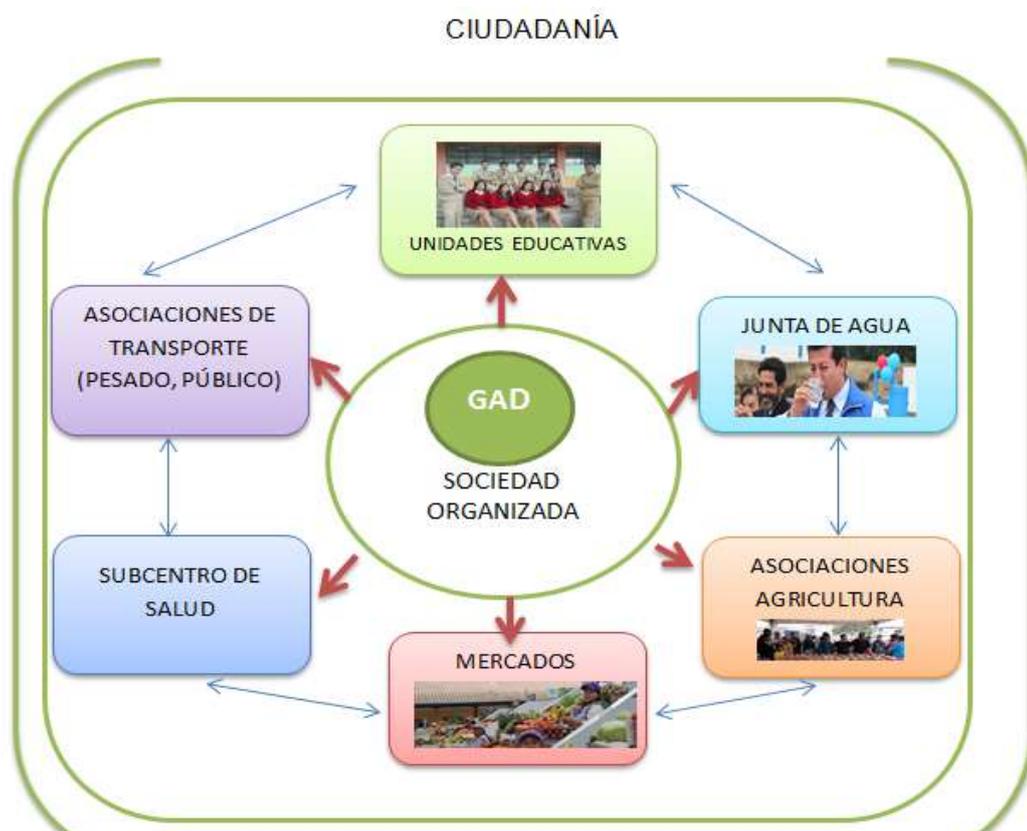
Las relaciones con el cliente es básicamente una estrategia empresarial que se enfoca en el bienestar de todos. Este aspecto es muy eficaz para el mantenimiento de los clientes y también para la adquisición de otros nuevos, basándose en todas las técnicas posibles ofreciendo mayor calidad, precio justo y mucha atención.

La institución siempre debe estar comunicada con la opinión del cliente, de eso se trata, mantener una relación muy estrecha con el usuario a quien va dirigido los productos y servicios.

## 6.6. 2. Comunicación externa.

### ESTRATEGÍA 4 RELACIÓN CON LOS PÚBLICOS

**Conceptualización.** La relación con el usuario e instituciones que están en el entorno de la institución deben mantener una conexión directa e indirecta según sea el servicio o producto que cada una oferte. Los medios de comunicación también son parte de las instituciones para hacer relaciones públicas, los mismos que sirven como instrumentos o vínculos para llegar a las distintas organizaciones de la parroquia para desarrollar acciones comunicativas que se realizan a diario en aspectos económicos, educativos, de salud, transporte y asociaciones, de manera directa y personal con cada público y los mismos que están relacionados entre sí por diversos intereses con la finalidad de promover relaciones sanas en beneficio de todos.



Fuente: elaborado por la autora

La forma como se comunica el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade con los públicos externos hace que pueda establecer espacios de opinión, promoviendo el desarrollo interinstitucional y creando vínculos con la comunidad la misma que tendrá una aceptación de credibilidad. Entre las formas de mantener vínculos está el poder realizar convenios con diferentes instituciones públicas o privadas pueden ser universidades, municipio, gobierno provincial, fundaciones entre otras.

### **Formas y técnicas de comunicación externa**

Hoy más que nunca con el apoyo de la tecnología y los medios sociales es necesario establecer comunicación aprovechando:

1. **Medios tecnológicos.** Con el avance de la tecnología en la actualidad es importante manejar ciertas herramientas que permitan una comunicación rápida desde cualquier lugar, reduciendo incluso los costos.
- ✓ **Página web.** La utilización de la pág. Web es muy importante porque la institución puede presentar toda la información relevante que suceda para producir mayor comunicación externa.

#### **Proceso:**

Entre la información que destaca la página web se puede encontrar:

- ❖ Misión
- ❖ Visión
- ❖ Valores
- ❖ Ejes de trabajo
- ❖ Miembros del GAD
- ❖ Comisiones
- ❖ Historia
- ❖ Organigrama
- ❖ Posición geográfica
- ❖ Leyes
- ❖ Barrios
- ❖ Comunidades

❖ Lugares turísticos

<http://www.gadjulioandrade.gob.ec/>



Fuente: GAD Parroquial

**2. Medios tradicionales.** Comprende que los directivos del Gobierno Parroquial puedan dar información de las actividades que se realiza en la institución a la población mediante los siguientes medios:

- a. **TV.** Cuando se ofrece una entrevista por televisión se cuenta con una herramienta muy poderosa para transmitir una imagen ya sea de una persona o institución hacia la población.

La televisión sigue siendo la plataforma de medios de mayor importancia en la cual se puede presentar reportajes,

spots publicitarios de varios temas relacionados con la gestión de los integrantes y la institución.



Fuente: GAD Cantonal

### **Proceso:**

#### **Consejos para preparar y acudir a una entrevista**

- ✓ Hacer la cita con anticipación determinando la fecha, día y hora de la entrevista
- ✓ Prepararse para las preguntas que van a plantearse y los documentos necesarios para su respaldo
- ✓ Se fija un límite de tiempo para la entrevista
- ✓ Se elige un lugar cómodo donde se puede conducir la entrevista
- ✓ Determinar quién conducirá de la entrevista
- ✓ Explicar el propósito, alcance y conferir Imparcialidad
- ✓ Se debe evitar opiniones interesadas

- ✓ Ser cortés y comedido, absteniéndose de emitir juicios de valores
- ✓ Conservar el control de la entrevista
- ✓ Escuchar atentamente lo que se dice, guardándose de anticiparse a las respuestas

**b. Radio.** Otra forma de llegar a la población es transmitir y difundir información en los medios radiales de la localidad entre ellos se puede desarrollar.

- **Cuñas radiales.** La elaboración de cuñas es importante para difundir eventos o actividades que pretende realizar la institución.



Fuente: GAD Cantonal

**3. Medios impresos.** La utilización de los medios impresos tienen mayor acogida por la población, porque son muy prácticos a la hora de presentar y difundir información sobre actividades o eventos, son muy efectivos porque se puede presentar en varios formatos:

- **Boletines de prensa.** Una forma tradicional de comunicar acciones de la institución hacia la población es mediante la prensa local, porque la gente se informa a diario lo que sucede en su sector.



Fuente: Diario el Norte

### **Proceso:**

#### **Estructura del boletín de prensa**

- ✓ **Título:** Debe ser noticioso e interesante
- ✓ **Entrada:** Redactar una introducción del tema a tratar.
- ✓ **Cuerpo de texto:** Debe presentar las opiniones que quienes intervinieron.

El boletín debe responder a las preguntas:

- ✓ ¿Qué?
- ✓ ¿Quién?
- ✓ ¿Dónde?
- ✓ ¿Cuándo?

## **BOLETÍN DE PRENSA**

Tulcán, 03 de octubre de 2014

Sres.

**Director de Radio "TROPICANA"**

Presente.-

### **LA CIUDADANÍA MERECE RESPUESTAS**

#### **MTOP CONTRATARÁ ESTUDIOS PARA EL ASFALTADO DE CALLES**

#### **URBANAS PARA TULCÁN**

TULCÁN. Hoy, se oficializó la lectura del informe técnico de la Unidad de Estudios de la Subsecretaría Regional 1 del Ministerio de Transporte y Obras Públicas en referencia a la revisión de las correcciones a los estudios para el asfaltado de aproximadamente 43 km de longitud de calles urbanas del cantón Tulcán y parroquia Julio Andrade de la provincia del Carchi, elaborados por el GAD Tulcán y que fueron recibidos el 17 de septiembre de 2014.

El Subsecretario del MTOP Regional 1, Ing. Bayardo Ramírez informó que a través de la subsecretaría se contratará la actualización y complementación de los estudios con los componentes que establece el Decreto Ejecutivo 451 sobre la ejecución de obras de vialidad como "Proyectos Integrales"; es decir, que se considere entre otros, el diseño vial, geotécnico, impactos ambientales, cambios de redes de agua potable y alcantarillado; la actualización de factibilidad económica; soterramiento de cables y otras obras de regeneración urbana; elementos que no se encuentran en los actuales estudios del GAD Tulcán.

Por su parte el Ing. Omar Chamorro, director Provincial del MTOP Carchi informó una vez más que la competencia de intervenir en las calles

urbanas del cantón Tulcán es exclusiva de la municipalidad más no del Gobierno Nacional. "Es necesario contar con la autorización del GAD Tulcán para intervenir", expresó, indicando que para efecto será necesaria la suscripción de un convenio de cooperación institucional entre el MTOP y el GAD Tulcán y así legalizar la ejecución por parte del Gobierno Nacional a través de esta Cartera de Estado.

Son 15'000.000,00 de dólares que el Gobierno Nacional, por medio del presupuesto del Ministerio de Transporte y Obras Públicas invertirá en esta obra integral, que contempla la actualización de los estudios; cambio de redes de agua potable, alcantarillado y el asfaltado de las calles, que en conjunto será un aporte para mejorar la movilidad interna del cantón y que sus habitantes lo requieren.

A las intervenciones de los delegados ministeriales se sumó el Eco. Diego Landázuri, Gobernador del Carchi, quien ratificó el compromiso del Gobierno Nacional en cumplir con los habitantes del cantón Tulcán entregando una obra integral como las que caracteriza al Gobierno de la Revolución Ciudadana.

Fuente: Tomado de Diario el NORTE

<http://www.elnorte.ec/carchi/tulcan/51524-mtop-contratar%C3%A1-estudios-para-el-asfaltado-de-calles-urbanas-para-tulc%C3%A1n.html>

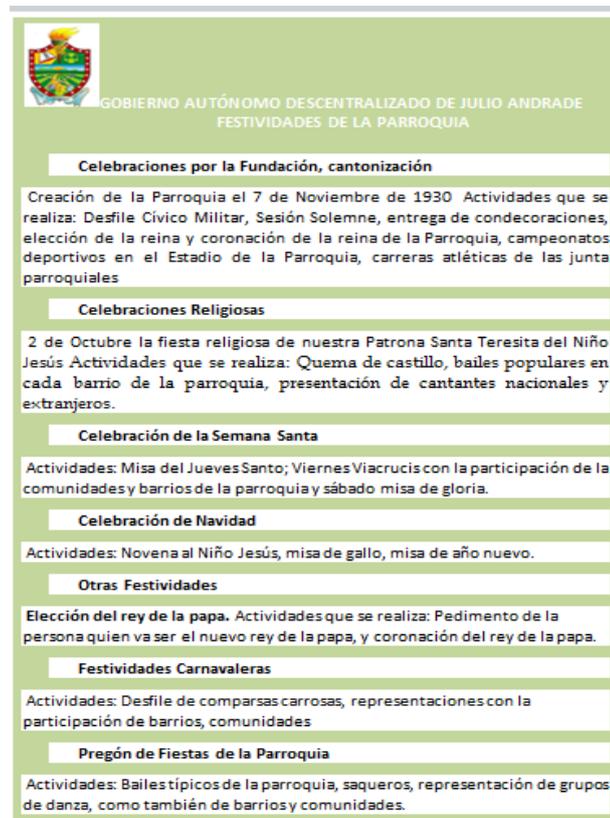
Otros medios impresos que tienes acogida para la presentación de información son:

- Trípticos, Dípticos, volantes.



Fuente: Elaborado por la autora

- Revistas y Folletos



Fuente: Elaborado por la autora

## ESTRATEGÍA 5 MEDIOS CORPORATIVOS E IMAGEN INSTITUCIONAL

**Conceptualización.** Los eventos son una herramienta de comunicación institucional diferente, dirigida al público externo. La elección del mismo es producto de un gran interés en la vinculación de los eventos institucionales con la comunicación empresarial y especialmente, con las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa.

**Objetivo.** Cumplir la función de carta de presentación frente a medios de comunicación y público en general

### Pasos para la organización de un evento



Fuente: UTN

#### a. Diseño y cotización

Este es el estado en el que se establecen los objetivos, el mensaje que comunicaremos al público participante y las expectativas que el organizador del evento tiene con relación a la realización de la reunión.

### **b. Producción**

El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen por objeto la preparación de los recursos que componen el evento.

Se trata de contratación de proveedores y coordinación entre las prestaciones.

### **c. Montaje**

Disposición de los recursos técnicos y humanos en el lugar donde se llevará a cabo el evento.

### **d. Ejecución**

Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas y demás.

### **e. Desmontaje**

Retiro de los materiales y elementos utilizados en la reunión.

### **f. Evaluación de resultados**

Momento en el que se establece el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la eficiencia de las prestaciones



Fuente: GAD Provincial

### **Técnicas para realizar un evento:**

A la hora de organizar un evento hay que definir qué tipo de acto se quiere realizar, a quién va dirigido, qué objetivo se quiere conseguir o qué fecha sería la idónea.

Una vez claro el tipo de evento comienza la fase de preparación, que son todas las acciones que han de realizarse para que éste se desarrolle satisfactoriamente.

### **Proceso:**

Un evento debe ser considerado como un acto importante para el prestigio de la institución organizadora por lo que hay que encargarse de cosas muy diversas, como por ejemplo:

- a) Elaboración de la lista de invitados
- b) Envío de las invitaciones correspondientes
- c) Seguimiento y confirmación a dichas invitaciones
- d) Contratación de un ambiente musical
- e) Decoración del local
- f) Contratación de transmisiones

## **Recursos:**

- Personal
- Local e instalaciones
- Suministros varios
- Proforma de gastos
- Micrófonos y atril en caso de posibles discursos
- Telefonía fija y móvil
- Proyector
- Compra de posibles obsequios a los asistentes
- Entre otros

## **Tipos de eventos y su implementación**

- 1. Eventos Promocionales:** Es la presentación de un nuevo producto, servicio o proyecto.



Fuente: GAD Provincial

## **2. Eventos De Intercambio:**

- **Congreso:** Conjunto de sesiones de trabajo, sobre una temática determinada que se realiza durante un período relativamente prolongado y al cual concurren especialistas invitados en calidad de exponentes y observadores.



Fuente: GAD Provincial

- **Jornadas De Trabajo:** Reunión de trabajo de investigación y estudio para responder problemas que se plantean ante un auditorio.



Fuente: GAD Provincial

- **Simposio:** Conferencia o reunión en que se examina y discute por los especialistas un determinado tema o asunto.



Fuente: UTN

### 3. Eventos de Refuerzo

- **Cocteles:** Es una celebración social pequeña, en la que se realiza pasado las 17 horas y tiene una duración de una a dos horas (se sirve bocaditos y tragos suaves).



Fuente: UTN

- **Charlas:** Es una exposición de carácter simple, con propósitos de divulgación o información sobre varios temas tratados sin profundizar.



Fuente: GAD Provincial

#### 4. Eventos De Relaciones Internas

- **Reconocimiento:** Es un evento en el que se valora a las personas que han logrado una meta.



Fuente: GAD Provincial

#### 5. Varios Eventos

- **Rueda De Prensa:** Es un acto informativo convocado por un organismo al que están invitados medios de comunicación.



Fuente: GAD Provincial

- **Coloquio:** Reunión de especialistas en el que no hay público ni expositores todos los asistentes tienen igual derecho a participar sobre un tema de su interés.



Fuente: GAD Cantonal

- **Conferencia:** Exposición sobre un tema específico, que requiere profundizar.



Fuente: UTN

- **Cursillo:** Breve serie de charlas o conferencias enmarcadas en una temática central cuyos contenidos pueden ser independientes los unos de los otros o bien estructurarse en forma secuencial.



Fuente: GAD Cantonal

- **Grupo de Trabajo:** Grupo de personas que se reúnen para conseguir un objetivo específico.



Fuente: GAD Provincial

- **Panel:** Presentación de un tema por un equipo de especialistas, en el cual participa el público formulando preguntas sin que se produzca un debate.



Fuente: UTN

- **Reunión Técnica:** Reunión de especialistas para elaborar un proyecto.



Fuente: GAD Cantonal

## 6. Eventos Formativos

- **Mesa Redonda:** Reunión en la cual un grupo pequeño de personas centradas en un tema polémico y bajo la dirección de

un moderador exponen sus ideas y cuyo propósito es dar a conocer enfoques del mismo problema.



Fuente: GAD Provincial

- **Foro:** Reunión en la que uno o más especialistas exponen ante un público heterogéneo un tema previamente determinado, generalmente controvertido seguido de una discusión en la cual participa el público asistente.



Fuente: GAD Cantonal

- **Seminario:** Actividad académica de carácter técnico que se realiza a través de sesiones de trabajo colectivo de un grupo de especialistas para estudiar, analizar un tema previamente determinado.



Fuente: UTN

### **Clasificación de los Eventos**

Existen muchas maneras de clasificar los eventos por su gran tamaño (micro, media, mega eventos) que pueden realizar en espacios cerrados, espacios libres, en el campo, en la ciudad entre otros y según la temática o área de competencia en:

- ✓ **Eventos Culturales:** Festivales, actos culturales, conmemoraciones, espectáculos artísticos, inauguraciones de centros culturales, exposiciones, congresos, ferias.



Fuente: GAD Provincial

- ✓ **Eventos Religiosos:** Bautismo, comunión, casamiento, navidad, pascuas, retiros religiosos, convivencias, ceremonias religiosos.



Fuente: GAD Parroquial

- ✓ **Eventos Sociales:** Destinados a la diversión de los invitados, por su simplicidad no se requiere tener equipos profesionales, se encuentran al alcance de cualquier persona: Nacimientos, cumpleaños, casamientos, aniversarios, fiestas benéficas, desfiles, fiestas de egresados, despedidas de solteros, cumpleaños de 15-18, fiestas de reencuentros.



Fuente: GAD Cantonal

- ✓ **Eventos Escolares:** Inicio del ciclo lectivo, cierre del lectivo, fiestas patrias, torneo y encuentros, deportivos, festivos, ferias, aniversarios de la institución, fiesta de graduación.



Fuente: GAD Parroquial

- ✓ **Eventos Empresariales:** Ferias, congresos, exposiciones, seminarios, lanzamientos de productos, conferencias de prensa, inauguraciones, aniversarios de empresa, desayuno de trabajo.



Fuente: GAD Cantonal

- ✓ **Eventos Políticos:** Lanzamiento de campaña, nombramiento de funcionarios, debates, congresos, cierra de campaña viajes políticos, recepciones diplomáticas, conferencias de prensa.



Fuente: GAD Cantonal

- ✓ **Eventos Corporativos:**

Son encaminados a vincular, incentivar, capacitar, promover, promocionar, comunicar a las empresas con sus asociados, trabajadores, clientes y al público en general. Por su complejidad, requieren de mayor infraestructura tanto técnica como humana que permiten integrar todas las herramientas audiovisuales para ser llegar su mensaje y/o producto a los asistentes del evento.



Fuente: GAD Cantonal

- ✓ **Eventos Públicos y/o Populares:** Conocidos como eventos masivos que en su mayoría son conciertos, festividades, ferias, desfiles, concursos y eventos culturales.



Fuente: GAD Cantonal

- ✓ **Eventos De Carácter General:** Son eventos abiertos que no requieren invitación personal.



Fuente: GAD Cantonal

- ✓ **Eventos De Carácter Especial:** Son eventos si requieren invitación.



Fuente: GAD Provincial

## Evaluación

Durante y después de un evento, el o los organizadores no pueden relajarse. Debe controlar que todo marche bien. Un buen consejo es que la organización debe ser invisible. Si bien se tendrán que resolver situaciones de emergencia y problemas de último momento, el invitado no lo debe notar hasta el final del mismo.

La imagen institucional consiste en la percepción que tiene el público sobre determinada empresa u organización, sobre la prestación de un servicio o la venta de un bien, que mediante experiencias, y conocimientos sobre ella se la califica como buena o mala organización.

Sin duda alguna toda institución busca difundir una buena imagen al público, por lo que busca estrategias visuales para generar esta percepción ya sea utilizando en el caso de la institución investigada es mediante:

<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Símbolos</li><li>✓ Tarjetas de presentación</li><li>✓ Folletos</li><li>✓ Logos y marcas</li><li>✓ Uniformes</li><li>✓ Etiquetas</li><li>✓ Papelería</li><li>✓ Mantenimiento de edificios</li></ul>	<p style="text-align: center;">Logo Gobierno Parroquial</p> <div style="text-align: center;"><p><i>Gobierno Parroquial de Julio Andrade Administración 2014-2019</i></p></div>
--	--



### **REFLEXIÓN**

*"El comportamiento es un espejo en el que cada uno muestra su imagen."*

*Goethe, Johann Wolfgang:*

## **6.7. Impactos**

Con la implementación de esta propuesta se busca lograr una comunicación adecuada entre; directivos, empleados y usuarios del gobierno seccional, ayudando a desarrollar un clima organizacional positivo y un desempeño laboral eficiente en todas las actividades planificadas, además desarrollando vínculos de amistad al brindar atención a toda la ciudadanía, proyectando así una mejor imagen institucional.

### **✓ Impacto social**

Existirá un impacto social por cuanto la institución crecerá y desarrollará una correcta administración. Con el manejo adecuado de los medios de comunicación se puede establecer espacios de discusión, donde se pueda aceptar las opiniones de todas las personas en todas sus formas, para poder vincularse y gestionar actividades con plena participación y consenso del directivo y la ciudadanía.

### **✓ Impacto político**

Es importante mantener impacto político mediante estrategias, para el cumplimiento oportuno de las actividades propuestas, para esto es necesario tener aliados, entre ellos buscar el apoyo de gobiernos municipales y provinciales y otras instituciones, para que permitan continuar con sus procesos acorde a lo presentado con el respaldo de las normas legales.

### **✓ Impacto organizacional**

El proyecto generará un impacto organizacional porque al disponer la institución de una herramienta como es una guía se concientizará a las personas a actuar de manera cordial y entendiendo claramente la

transmisión de los mensajes, para realizar sus tareas específicas, mejorando así el prestigio de la institución.

✓ **Impacto educativo**

Existe un impacto educativo porque la institución contará con principios, los mismos que serán la base para desarrollar todas las actividades y tareas de directivos y colaboradores de forma correcta y transparente generando confianza en la administración de todos los recursos disponibles y alcanzando los objetivos con eficiencia y eficacia siendo un referente para otras instituciones.

## **6.8 Difusión**

La investigación será entregada, mediante impresos a los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade, para ser distribuidos entre sus integrantes, dando a conocer la importancia del manejo de los canales de la comunicación, con el propósito de que esta guía aporte y genere un interés de aplicación según los requerimientos y posibilidades de la institución, mejorando la calidad de gestión a nivel interno y externo.

## 6.9. Bibliografía

- Carlos Julio Báez, Carlos J. Báez Evertsz. (2010). La comunicación efectiva. En C. J. Carlos Julio Báez.
- Claude Lévi Strauss, Juan Rodes. (2013). *Comunicación y su estructuralismo*. Obtenido de <http://sitiocero.net/2013/levi-strauss-y-su-estructuralismo/>
- Daniela Mora Fuentes. (2013). *Funcionalismo* . Obtenido de [loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/funcionalismo\\_17.html](http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/funcionalismo_17.html)
- Definición de Axiología*. (2007-2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/axiologia.php>
- Diomedes, S. (2005). *Crecer a plenitud* . Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3339/1/05%20FE%20CYT%201641%20TESIS.pdf>
- García, María del Carmen González. (2002). *La Comunicación Efectiva*. México.
- Goldhaber Gerald. (2008). *La comunicación organizacional*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/la-comunicacion-organizacional.htm>
- Josée Jacques, Pierre Jacques: *Cómo trabajar en equipo: guía práctica*.
- Ken Blanchard. (2007). *Liderazgo al Mas Alto Nivel: Como Crear y Dirigir Organizaciones de Alto nivel*. En K. Blanchard. Colombia.
- Krishnamurthy Sriramesh y Dejan Vercic . (2009). *Relaciones públicas globales*.

Ma Carmen Carretón Ballester Las Relaciones Públicas en la  
Comunicación Interna de la Banca Española

Mapcal Gestión eficaz del trabajo en equipo

Martha Alicia Alles COMO SER UN BUEN JEFE EN 12 PASOS

Psicore. Perfil De Liderazgo Empresarial

Robert S. Winter: Manual de Trabajo en Equipo

Sonia González Habilidades de comunicación hablada: Asertividad +  
persuasión + alto impacto

### **Lincografía**

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Fundamentos-Legales-En-La-Gesti%C3%B3n-De/1940025.html>. (2014). *FUNDAMENTOS LEGALES EN LA GESTION DE PROYECTOS*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Fundamentos-Legales-En-La-Gesti%C3%B3n-De/1940025.html>

<http://www.definicionabc.com/general/axiologia.php>. (2007). *Definición de Axiología*.

<http://www.gestion-calidad.com/gestion-integrada.html>. (s.f.). *Gestión Integrada*. Obtenido de <http://www.gestion-calidad.com/gestion-integrada.html>

Jhoanna., M. O. (2013). *Estudio de técnicas para potenciar la motricidad fina con actividades grafoplásticas y juegos recreativos (tesis UTN)*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3339/1/05%20FE%20CYT%201641%20TESIS.pdf>

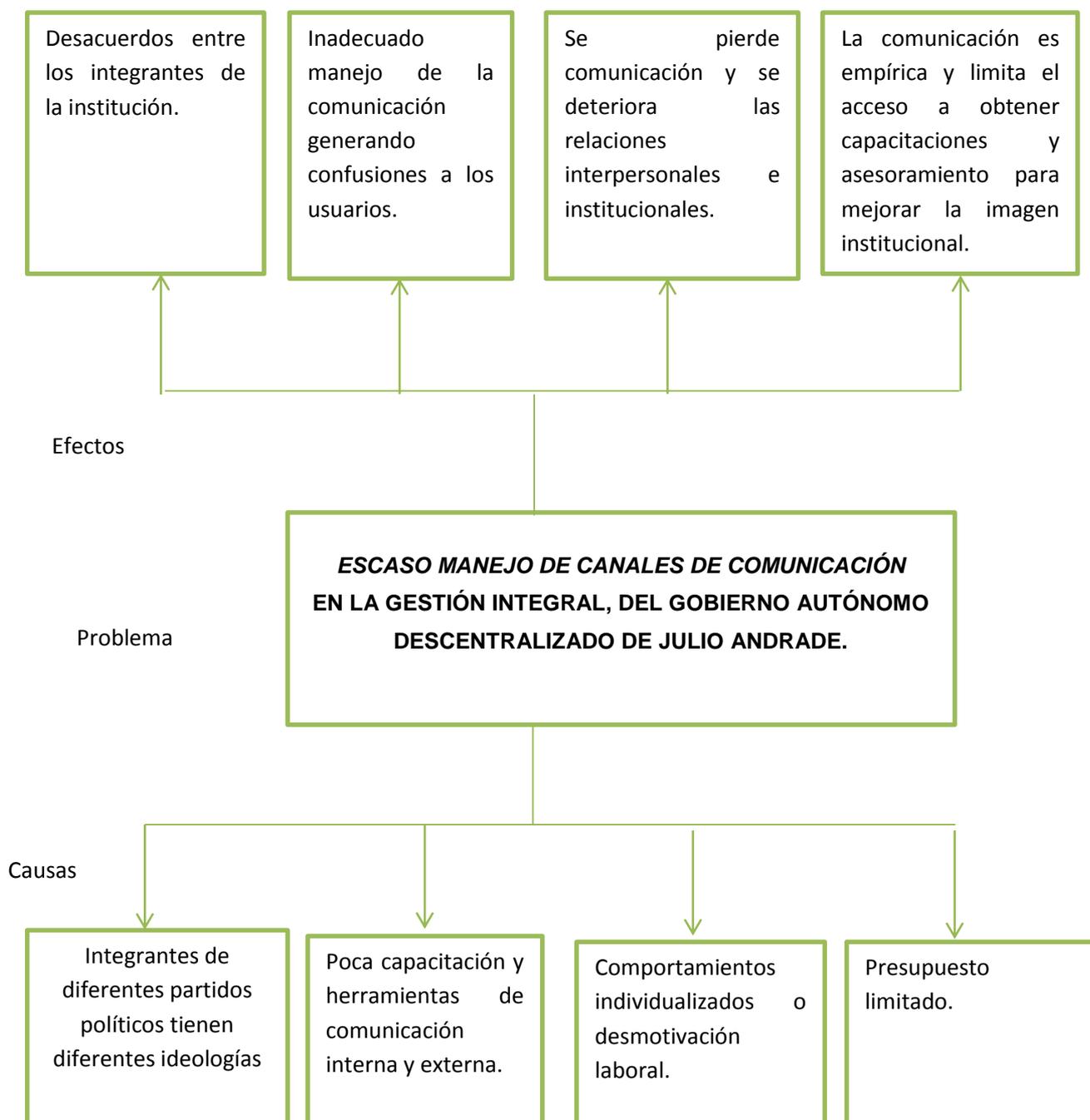
Joan Costa. (s.f.). *El concepto de imagen corporativa*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/576/5/Capitulo%204.pdf>

- Juárez, Sara Mendoza. (2012). *Estrategias de comunicación organizacional*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/21/jpr.html>
- Katzenbach. (2011). *Cordinación de equipos de trabajo*.
- Manuel Fernández-Ríos, J. C. (2010). *Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación*. Madrid.
- María del Mar Fernández de Motta. (2014). *Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo*. Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>:  
<http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Morales Oña Cinthia Vannesa; Pichogafon Pazmiño Jhoanna. (2013). *ESTUDIO DE TÉCNICAS PARA POTENCIAR LA MOTRICIDAD FINA CON*. Ecuador.
- Mortensen, David Kennet Sereno y. (2009). *La comunicación en la negociación*.
- Polichic, G. (2010). *Sociología primer semestre* . Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=chcoBAAQBAJ&pg=PA13&lpg=PA13&dq=%E2%80%9CLa+sociolog%C3%ADa+es+la+ciencia+que+estudia+el+desarrollo,+la+estructura+y+la+funci%C3%B3n+de+la+sociedad%E2%80%9D&source=bl&ots=vs1jLEjdf5&sig=EVujcruEMSEHqZVCZ3rjsyCQLWo&hl=>
- Robert, Park. (2008). *Prólogo a la comunicación*.
- Rota, María Luisa Muriel y Gilda. (2014). *Canal de Comunicación*. Obtenido de [http://www.ecured.cu/index.php/Canal\\_de\\_Comunicaci%C3%B3n](http://www.ecured.cu/index.php/Canal_de_Comunicaci%C3%B3n)
- Serna, Alvarez Valverde, Shirley Valverde. (2001). *La cultura y el clima organizacional como factores relevantes*. Obtenido de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/alvarez\\_v\\_s/cap3.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/alvarez_v_s/cap3.htm)
- Vázquez, Rodrigo. (2010). *Habilidades directivas* .
- Zapata. (2007). *Cultura Organizacional*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/840/CULTURA%20ORGANIZACIONAL.htm>

- [http://books.google.com.ec/books?id=dKetaOluV\\_sC&printsec=frontcover&dq=libro+de+comunicacion+efectiva+de+Abraham+N+tercera+edicion&hl=es&sa=X&ei=TWgXU9nwFondkQfZylCYDg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=dKetaOluV_sC&printsec=frontcover&dq=libro+de+comunicacion+efectiva+de+Abraham+N+tercera+edicion&hl=es&sa=X&ei=TWgXU9nwFondkQfZylCYDg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)
- <http://teoriacomunicacion.zonalibre.org/archives/Libro/UNIDAD%20I.pdf>
- <http://relacionesypubli.lacoctelera.net/post/2007/03/22/el-proceso-comunicacion-y-tipos-comunicacion>
- <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/la-comunicacion-organizacional.htm>
- [http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/16396/sistemas%20integrados%20de%20gesti%C3%B3n%20empresarial\\_6056.pdf?sequence=1](http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/16396/sistemas%20integrados%20de%20gesti%C3%B3n%20empresarial_6056.pdf?sequence=1)
- [http://books.google.com.ec/books?id=br6\\_3wP04ssC&printsec=frontcover&dq=libros+de+comunicacion+organizacional+del+autor+zapata&hl=es&sa=X&ei=CmUoU8mhKM2F0QGfwlHIAg&ved=0CEkQ6AEwBA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=br6_3wP04ssC&printsec=frontcover&dq=libros+de+comunicacion+organizacional+del+autor+zapata&hl=es&sa=X&ei=CmUoU8mhKM2F0QGfwlHIAg&ved=0CEkQ6AEwBA#v=onepage&q&f=false)
- <http://books.google.com.ec/books?id=pafkvfZqcW4C&printsec=frontcover&dq=estilos+de+liderazgo&hl=es&sa=X&ei=R1jaU67OAflsASSvoKoBA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=estilos%20de%20liderazgo&f=false>
- [http://www.ecured.cu/index.php/Canal\\_de\\_Comunicaci%C3%B3n](http://www.ecured.cu/index.php/Canal_de_Comunicaci%C3%B3n)
- [http://books.google.com.ec/books?id=dKetaOluV\\_sC&pg=PA108&dq=comunicacion+interna+y+externa&hl=es&sa=X&ei=RNwZVOsTk7iCBI G3gdAK&ved=0CBoQ6AEwAA#v=onepage&q=comunicacion%20interna%20y%20externa&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=dKetaOluV_sC&pg=PA108&dq=comunicacion+interna+y+externa&hl=es&sa=X&ei=RNwZVOsTk7iCBI G3gdAK&ved=0CBoQ6AEwAA#v=onepage&q=comunicacion%20interna%20y%20externa&f=false)

# Anexos

## Anexo 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS



## Anexo 2: MATRIZ DE COHERENCIA

Tema	Formulación del tema
<b>“EVALUACIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN INTEGRAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN. DURANTE EL AÑO 2014”.</b>	¿Cuáles son los canales de comunicación efectivos y de qué manera afecta en la gestión integral del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?
Objetivos	Interrogantes de investigación
<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar los canales de comunicación que aplican los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade y cómo incide en la gestión integral.</li> <li>• Diagnosticar cuál es la realidad en la aplicación de la comunicación y gestión institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.</li> <li>• Plantear un marco teórico conceptual que permita sustentar las diferentes teorías y aplicación de la comunicación en este proyecto mediante la investigación bibliográfica y documental.</li> <li>• Elaborar una guía estratégica de sugerencias que mejoren la comunicación interna y externa de la institución, la misma que sea favorable para la gestión de los funcionarios y usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.</li> <li>• Socializar la guía para hacer una correcta aplicación de las técnicas y sugerencias de la comunicación generando una gestión organizacional positiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo determinar los canales de comunicación que aplican los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade y cómo incide en la gestión integral?</li> <li>• ¿De qué manera puede diagnosticar la realidad en la aplicación de la comunicación y gestión institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?</li> <li>• ¿Por qué plantear un marco teórico conceptual que permita sustentar las diferentes teorías y aplicación de la comunicación en este proyecto mediante la investigación bibliográfica y documental?</li> <li>• ¿Por qué elaborar una guía estratégica de sugerencias que mejoren la comunicación interna y externa de la institución, la misma que sea favorable para la gestión de los funcionarios y usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?</li> <li>• ¿Cómo sería Socializar la guía para hacer una correcta aplicación de las técnicas y sugerencias de la comunicación generando una gestión organizacional positiva?</li> </ul>



### Anexo 3: ENCUESTA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL**

Encuesta dirigida a la comunidad acerca de la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

**Objetivo.** Determinar los canales de comunicación que aplican los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade y cómo incide en la gestión de su administración. La información que usted se digne en proporcionar será utilizada con fines académicos por lo cual le pido comedidamente dé una información precisa y veraz.

**Instrucciones.** Señale con una **X** la o las alternativas que indiquen su respuesta.

#### CUESTIONARIO

**1. ¿Con qué frecuencia acude usted al Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Otros

**2. ¿Cómo cree usted que es la comunicación interna entre directivos y empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Mala

**3. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade para convocar a los representantes de barrios y comunidades?**

- Oficios
- Radial
- Llamadas telefónicas
- Perifoneo
- Otros

4. **¿Cree usted que los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade trabajan en equipo con todos los empleados y representantes de barrios y comunidades?**

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

5. **¿Cómo considera usted que son las reuniones que realizan los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade para socializar diversas propuestas?**

- Importantes
- Dinámicas
- De poco interés
- Aburridas

6. **¿En qué nivel ubica el liderazgo que tiene el Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade ante la población y otras instituciones?**

- Alto
- Medio
- Bajo

7. **¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade ofrece eficiencia y agilidad en los tramites y requerimientos que la colectividad requiere?**

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

8. **¿Piensa usted que los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade realizan las gestiones con procesos correctos y de forma oportuna para la población?**

- Siempre

- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

**9. ¿Conoce usted si se han dado conflictos o malos entendidos al interior del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

- Con frecuencia
- Casi siempre
- Rara vez
- Nunca

**10. ¿Sabe usted si el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade mantiene alianzas estratégicas con los gobiernos seccionales para fortalecer sus proyectos?**

- Con frecuencia
- Casi siempre
- Rara vez
- Nunca

**11. ¿Conoce usted si existe motivación por parte de directivos hacia los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

**12. ¿Cómo considera que es el ambiente laboral que tienen las personas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Malo

**13. ¿El Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade hace participar en los diferentes eventos a las comunidades y barrios?**

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

**14. ¿Cómo califica la imagen que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade ante la población?**

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Mala

**Gracias por su colaboración**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACION, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO**

Encuesta dirigida al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade.

**Objetivo.** Determinar los canales de comunicación que aplican los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade y cómo incide en la gestión integral. La información que usted se digne en proporcionar será utilizada con fines académicos por lo cual le pido comedidamente dé una información precisa y veraz.

**CUESTIONARIO**

1. **¿Cómo funciona el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**  
.....

2. **¿Desde cuándo funciona el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**  
.....

3. **¿Cuántas personas conforman el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**  
.....

4. **¿Cuántos habitantes hay en la parroquia?**  
.....

5. **¿Cuáles son las actividades que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**  
.....

6. **¿Bajo qué leyes y reglamentos están amparados?**  
.....

7. **¿Cuentan con el presupuesto necesario para cubrir todos los proyectos?**  
.....

8. **¿Se define un perfil profesional para ocupar un puesto?**  
.....

9. **¿Existe compromiso por parte de los integrantes y empleados el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**  
.....

10. **¿Considera que existe una buena comunicación entre los integrantes el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**  
.....

11. **¿Considera que existe un clima laboral favorable dentro el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**

.....  
**12. ¿Cuentan con un sistema de comunicación eficiente o maneja alternativas?**  
.....

**13. ¿Cómo considera la aceptación de la gente hacia el Gobierno Autónomo Descentralizado de Julio Andrade?**  
.....

**14. ¿Cuál es la misión y visión del gobierno parroquial?**  
.....

**15. ¿Cuáles son los requerimientos o trámites más representativos que tiene la gente?**  
.....

**16. ¿Con que frecuencia se reúnen las comisiones?**  
.....

**17. ¿La infraestructura que disponen es propia y adecuada?**  
.....

**18. ¿Cómo es la gente de los barrios y comunidades?**  
.....

**19. ¿Qué es lo que más valora la gente de las gestiones?**  
.....

**20. ¿Cómo responde cuando se hacen eventos y actividades inclusivas?**  
.....

**21. ¿Cómo es la atención de la secretaria hacia las personas?**  
.....

**22. ¿Cuándo realizan reuniones con las comunidades cual es la forma en la que se dirigen a ellos?**  
.....

**Gracias por su colaboración**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	040158964-3		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Fuentes Cevallos Ana Lucía		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Barrio el Olivo-Ibarra		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:anyf89@yahoo.es">anyf89@yahoo.es</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2609284	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0985656392
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	"EVALUACIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN INTEGRAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN. DURANTE EL AÑO 2014". PROPUESTA ALTERNATIVA DE UNA GUÍA ESTRATÉGICA.		
<b>AUTOR (A):</b>	Fuentes Cevallos Ana Lucía		
<b>FECHA: A/M/D</b>	2015/03/20		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>		
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español		
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Dr. José Revelo		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

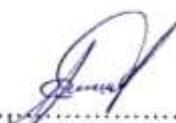
Yo, Fuertes Cevallos Ana Lucía, con cédula de identidad N° 040458964-3, en calidad de autor (a) y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes marzo de 2015

### EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Fuertes Cevallos Ana Lucía

C.C. 040158964-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Fuertes Cevallos Ana Lucía, con cédula de identidad N° 040158964-3 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“EVALUACIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN INTEGRAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN. DURANTE EL AÑO 2014”**. **PROPUESTA ALTERNATIVA DE UNA GUÍA ESTRATÉGICA**. Que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 20 días del mes de marzo de 2015

(Firma).....

Nombre: Fuertes Cevallos Ana Lucía

Cédula: 040158964-3