



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

“DISEÑAR ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES QUE PERMITAN FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE DE IBARRA, EMAPA-I”

Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Diplomado en Gestión Administrativa

AUTOR: Lic. Paolo Muñoz

TUTOR: Dr. Mario Montenegro

Ibarra, julio 2009

DEDICATORIA

Con todo mi amor y respeto dedico este trabajo a mi esposa y a mis dos hijos; quienes son el motor que impulsa cada una de las acciones de mi vida.

También quiero dedicar este trabajo a mis padres, amigos y a todos quienes de una u otra forma me ayudaron a cumplir esta tarea con éxito.

El Autor

AGRADECIMIENTO

Al presentar este trabajo quiero agradecer a la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, a sus autoridades, empleados y demás funcionarios por permitirme realizar la investigación propuesta. Quiero agradecer de manera especial al Dr. Mario Montenegro, por sus invaluable consejos y por los conocimientos impartidos durante la trayectoria de la investigación desarrollada.

El Autor

INDICE GENERAL

CONTENIDO	PAG.
Portada	
Dedicatoria	I
Agradecimiento	II
Índice	III
Resumen	IV
Introducción	1
CAPÍTULO I MARCO REFERENCIAL	
1. Contextualización del problema	3
1.2 Definición del Problema	4
1.3 Planteamiento del Problema	5
1.4 Objetivos	5
1.4.1 Objetivo General	5
1.4.2 Objetivos Específicos	5
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	
2. Teoría Base	7
2.2 Comunicación	8
2.3 Definiciones de comunicación	12
2.4 Formas de comunicación	13
2.4.1 Comunicación oral o verbal	14
2.4.2 Comunicación no verbal	14
2.4.3 Comunicación a través de espacio	14
2.5 Tipos de comunicación	14
2.5.1 Intra – personal	14
2.5.2 Inter-personal	14
2.5.3 De masa	14
2.6 Comunicación Organizacional	15
2.7 Los medios de Comunicación	17
2.8 Los medios de Comunicación Impresos	18

2.9	Géneros Periodísticos	18
2.10	El Reportaje	19
2.11	La Entrevista	19
2.12	El Diseño Gráfico	20
2.13	Diseño y Diagramación	21
2.14	Arquitectura de la Página	22
2.15	Estructura Periodística y Estructura Gráfica	24
2.16	La Publicidad	25
2.17	Introducción a las Relaciones Públicas	29
2.18	Relaciones Humanas y Relaciones Públicas	29
2.19	Definiciones	30
2.20	Objetivos de las Relaciones Públicas	32
2.20.1	Objetivos con los Públicos Internos	34
2.20.2	Objetivos con los Públicos Externos	34
2.21	Los Públicos	35
2.22	Beneficios que aportan las Relaciones Públicas a las Organizaciones	35
2.23	La ética base de las Relaciones Públicas	37
2.24	Funciones de las Relaciones Públicas	38
2.25	El Relacionador Público	40
2.26	Comunicación empresarial	41
CAPÍTULO III	MARCO METODOLÓGICO	
3.1	Tipo de investigación	42
3.2	Población y Muestra	43
3.3	Recopilación y Tratamiento de los datos	45
CAPÍTULO IV	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DATOS	
4.	Discusión de Resultados	46
CAPÍTULO V	PROPUESTA	
5.	Procedimiento para la construcción de la propuesta	60

5.2	Folleto	60
5.3	Folleto Institucional	61
5.3.1	Propuesta de machote	62
5.4	La Utilización del Intranet	75
5.5	Programa de capacitación Talento Humano	79
5.5.1	Cronograma	80
5.5.2	Trabajo en equipo	83
5.6	Principales Impactos	84
5.6.1	Evaluación de Impactos	85
5.7	Conclusiones	86
5.8	Recomendaciones	88
5.9	Bibliografía	89
5.10	Anexos	92

“DISEÑAR ESTRATEGIA COMUNICACIONALES QUE PERMITAN FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE IBARRA, EMAPA-I”

Autor: Lic. Paolo Muñoz

Año: 2009

RESUMEN:

La comunicación en una institución es una de las partes fundamentales para que ésta funcione. Si la comunicación tanto externa como interna funcionan se podría decir que la Organización tiene garantizado su éxito. Es por ello que este trabajo trató este tema: la comunicación interna y buscó contribuir a mejorar el desarrollo de los proceso comunicacionales. De ahí el objetivo planteado: “Diseñar estrategias comunicacionales que permitan mejorar los procesos comunicativos internos de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, EMAPA-I”.

La presente propuesta mejorará los procesos comunicacionales a través de la elaboración de un folleto Institucional que permita que tanto empleados administrativos como operativos de la Empresa de Agua se informen de las principales actividades que cumple esta Empresa Municipal; con una correcta capacitación al talento humano se logrará una superación profesional y el mejoramiento de las relaciones laborales, el uso adecuado de la tecnología a través del Internet o Intranet facilitarán los procesos comunicativos ahorrando tiempo y bajando costos. Con estas estrategias se mejorarán los canales internos de comunicación.