

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL “UN ANALISIS INTERNO DE LA ALCALDÍA
DE PEREIRA”

ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

LILIANA LÓPEZ SÁNCHEZ

UNIVERSIDAD DE MANIZALES



UNIVERSIDAD DE
MANIZALES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

MANIZALES, CALDAS, COLOMBIA

2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
1. JUSTIFICACIÓN	9
2. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	11
2.1. Objetivo general	11
2.2. Objetivos específicos.....	11
3. CONTEXTUALIZACIÓN	12
3.1. Organigrama de la Alcaldía de Pereira	12
3.2. Misión institucional de la Alcaldía de Pereira	15
3.3. Visión institucional de la Alcaldía de Pereira	15
4. MARCO CONCEPTUAL	16
4.1. Organización	18
4.2. Comunicación interna	21
4.2.1. Clima organizacional	23
4.2.2. Cultura organizacional	25
5. MARCO METODOLÓGICO.....	28
5.1. Tipo de investigación	29
5.2. Método de Investigación	30
5.3. Población y muestra	30

5.3.1.	Población.....	31
5.3.2.	Muestra	31
5.4.	Fuentes de la información	32
5.4.1.	Fuentes Primarias.....	32
5.4.2.	Fuentes Secundarias.....	32
5.5.	Técnicas para la recolección de la información	33
5.6.	Tratamiento de la información	33
6.	RESULTADOS Y ANÁLISIS	34
6.1.	Análisis de la encuesta	34
7.	DIAGNÓSTICO	42
7.1.	Fortalezas	42
7.2.	Oportunidades	43
7.3.	Debilidades.....	43
7.4.	Amenazas	43
8.	SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	44
9.	CONCLUSIONES	45
10.	BIBLIOGRAFÍA	45
11.	ANEXOS	50

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Estructura administrativa municipio de Pereira.....	12
---	----

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 ¿Cuál es su antigüedad en la empresa? **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 2 ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la Alcaldía de Pereira?
..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 3 ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira favorece que el empleado
conozca los valores de la compañía? **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 4 ¿Los directivos entienden el valor de la comunicación interna? **¡Error! Marcador no
definido.**

Tabla 5 ¿Cómo impactaron las redes sociales en la comunicación interna? **¡Error! Marcador no
definido.**

Tabla 6 ¿Fluye adecuadamente la información?..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 7 De las siguientes herramientas de comunicación, ¿Cuál es la que más emplea
constantemente? **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 8 Para usted la comunicación que facilita la Alcaldía de Pereira...:.. **¡Error! Marcador no
definido.**

Tabla 9 ¿Cuál de los siguientes canales de información es más efectivo en la Alcaldía de Pereira?
..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 10 ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira es efectiva? **¡Error!
Marcador no definido.**

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Cuál es su antigüedad en la empresa?.....	34
Gráfico 2 ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la Alcaldía de Pereira?	35
Gráfico 3 ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira favorece que el empleado conozca los valores de la compañía?	35
Gráfico 4 ¿Los directivos entienden el valor de la comunicación interna?	36
Gráfico 5 ¿Cómo impactaron las redes sociales en la comunicación interna?	37
Gráfico 6 ¿Fluye adecuadamente la información?.....	38
Gráfico 7 De las siguientes herramientas de comunicación, ¿Cuál es la que más emplea constantemente?	39
Gráfico 8 Para usted la comunicación que facilita la Alcaldía de Pereira...:.....	40
Gráfico 9 ¿Cuál de los siguientes canales de información es más efectivo en la Alcaldía de Pereira?	40
Gráfico 10 ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira es efectiva?.....	41

INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional en primer lugar, es considerada, como una actividad dinámica que mantiene cierto grado de estructura cambiante que se ajusta al desarrollo de la organización. En segundo lugar, es un sistema compuesto de actividades interdependientes que, cuando se integran, permiten el logro de ciertos objetivos y tercero, la comunicación organizacional es un proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes en un sistema de objetivos determinado (Arango y Pulgarín, 2017)

La década del 40 fue la “era de la información” desde la óptica de la comunicación organizacional, porque se consideraba que la información era determinante para los miembros de una organización, al punto que fue popular el lema: «un empleado informado es un empleado feliz y productivo», lo que llevó a que las empresas invirtieran en medios informativos impresos de circulación interna, para cumplir con la premisa (Fernández y Dahnke, 1988. Pág. 111-142)

Ahora bien, esta investigación pretende identificar la efectividad del plan de comunicación interna de la Alcaldía de Pereira, además se quiere lograr conocer los medios de información utilizados al interior de esta, donde también se llevó a cabo la aplicación de la encuesta a algunos miembros de la organización (alcaldía de Pereira) para poder concluir si este plan de comunicación interno si se está desarrollando adecuadamente y si igualmente, tiene la comprensión y participación de los funcionarios.

Se conoce que la comunicación interna es vital para el desarrollo de las empresas; más en la actualidad que se está viviendo, donde los cambios que se suceden transforman el panorama laboral en segundos, auspiciados por el auge de las nuevas tecnologías de la información.

Uno de los errores más habituales en empresas es gestionar mal la comunicación dentro de la propia organización, generando problemas, conflictos o malentendidos. Y de hecho al día de hoy podemos afirmar que existen empresas que no dan importancia a la creación de un plan de comunicación interna, que esté basado en una estrategia que responda a unos objetivos concretos

Comúnmente las organizaciones conllevan un proceso de comunicación interna deficiente, lo cual da paso a un sin número de conflictos, malentendidos, demora en la ejecución de procesos trascendentales. Hoy por hoy se puede aseverar que la gran mayoría de estructuras administrativas no le dan la suficiente importancia a la creación de rutas y protocolos dispuestos en un plan de comunicaciones que permita establecer estrategias comunicacionales como soporte al ejercicio desarrollado por la entidad. Por tanto es importante resaltar que la comunicación interna no sirve solo para informar a los empleados de las novedades de la empresa, de sus logros o de las decisiones tomadas, hay que formar un concepto o idea en la mente más amplio, es decir, que esos empleados puedan también comunicarse, dar a conocer sus opiniones a favor o en contra, los aciertos o problemas que tienen. De esta forma, la alta dirección – a través de la comunicación interna y sus herramientas – podrá saber lo que ocurre realmente en la empresa y ello se consigue atendiendo a las personas que en ella trabajan, generando así, una comunicación bidireccional y no solo descendente.

Además, un trabajador contento e informado lo transmitirá como tal cuando este fuera de la organización, lo que aportará una mejor imagen a la empresa, por ello es de suma importancia

que los trabajadores se sientan escuchados, que estén motivados y contentos, que se genere un buen clima laboral, que se eliminen problemas y conflictos, que mejore la colaboración entre las diferentes personas que laboran allí, así como la idea de que aumente la creatividad y la iniciativa; pero que además se genere un sentimiento de pertenencia para que se permita con todo ello responder rápidamente a cambios tanto internos como externos y aumentar la productividad.

1. JUSTIFICACIÓN

La Alcaldía de Pereira está conformada por personas que trabajan para alcanzar ciertas metas, las cuales pueden ser diferentes, debido a que las áreas definen unos objetivos particulares, sin embargo el objetivo común es el plan de gobierno. En este sentido, la comunicación interna es fundamental para el funcionamiento y la consecución de esos logros, todo el resultado independientemente del tipo de organización dependerá de cada uno de los integrantes, son ellos quienes dan la imagen y una mejor productividad a la empresa, por tanto el plan de comunicación interna forma parte del Plan Estratégico de esta organización, ya que se trata de un factor clave.

Tener una buena estructura de comunicación interna sirve a la Alcaldía para gestionar mejor el talento, identificando el potencial de cada miembro del equipo humano y fortaleciéndolo. Dicha comunicación ayuda a abrir un diálogo de carácter multidisciplinario y bidireccional, que permite

estimular la innovación corporativa, es por ello que la investigación se enfoca en dicho plan de comunicación con el fin de saber si la entidad está dando correcto manejo a la comunicación.

La aplicación de una correcta política de comunicación corporativa contribuye a la mejora del clima organizacional pues la transparencia se deriva de una correcta ejecución del plan de comunicación interno, junto a la cercanía y al diálogo, también contribuyen al reforzamiento de las figuras de liderazgo de la empresa.

La comunicación interna sirve para gestionar de manera adecuada el cambio y llevarlo a término con eficacia y eficiencia, la idea es observar si la Alcaldía de Pereira si está logrando que se genere un mensaje unificado coherente del mensaje global con la misión, la visión y los valores de la organización.

2. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.Objetivo general

- Determinar cuáles son las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades en la alcaldía de Pereira en cuanto a la comunicación organizacional interna

2.2.Objetivos específicos

- Identificar el plan de comunicación interna de la Alcaldía de Pereira
- Conocer los medios de información utilizados al interior de la Alcaldía de Pereira
- Analizar si el plan de comunicación interno de la Alcaldía de Pereira es adecuado y es comprendido por los funcionarios.

Asesoría de Comunicaciones: Es la oficina que se encarga de dar a conocer los resultados de la administración pero también la encargada de impulsar los procesos de comunicación interna en pro de mejorar el desarrollo del ejercicio del ente territorial.

Secretaría de Planeación: Se encarga de establecer las líneas de desarrollo y ejecución de las políticas públicas establecidas por el gobierno.

Secretarías de apoyo y transversales: Son las secretarías que definen el funcionamiento administrativo y financiero de la entidad como lo son Hacienda, gestión administrativa y gestión jurídica.

Secretarías de promoción del desarrollo económico: Son las carteras que se encargan de impulsar los programas planteados por la administración para el crecimiento competitivo, económico y tecnológico como lo son secretaria de desarrollo económico y de competitividad, desarrollo rural y gestión ambiental, vivienda social.

Secretarías de promoción del desarrollo social: Son las secretarías que se encargan de promover la seguridad, la cohesión y bienestar social como la Secretaría de Gobierno, Salud pública y seguridad social, Secretaría de Educación, Secretaría de cultura, Recreación y deporte, secretaria de desarrollo social y político.

Sector descentralizado: Son aquellas organizaciones que pertenecen al municipio pero que actúan de manera autónoma como Aguas & Aguas, Cordep, Aseo entre otras.

Medios Utilizados por la Entidad: La alcaldía de Pereira cuenta con medios de comunicación externa, una emisora en Fm, perfiles en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube), internamente cuenta con una intranet y correos institucionales.

La actual administración se ha caracterizado por ser la administración de las redes sociales, en cabeza de su alcalde, quien utiliza estos medios continuamente.

El enfoque comunicacional de la administración y del área de comunicaciones ha sido netamente de comunicación externa.

FACEBOOK: La entidad cuenta con un perfil en esta red, donde se publican las diferentes noticias de las secretarías y de la administración en general, lives de las ruadas de prensa del alcalde y de las actividades que frecuente el primer mandatario de la ciudad, se encuentra también aliada a la cuenta personal del alcalde.

TWITTER: La entidad cuenta con un perfil en esta red social para incentivar la opinión y la comunicación 2.0 con la ciudadanía.

YOUTUBE: La entidad cuenta con un canal de YouTube el cual le permite reposar los contenidos multimedia realizados por el área de comunicaciones de las diferentes campañas, programas y demás.

INFORME SEMANAL: Desde cada secretaría se realiza un informe semanal donde se relaciona el cronograma de las distintas actividades programadas, la agenda del secretario y lo eventos de relevancia programados.

INTRANET O CHAT INTERNO: Es utilizado por los funcionarios para compartir documentos, citaciones a comités, reuniones e información administrativa. La línea de comunicación interna es muy deficiente.

ALTAVOCES: Se encuentran ubicados en los diferentes pisos de la edificación de la entidad y es utilizado más precisamente en temas de simulacros, con información de horarios o información extraordinaria.

3.2.Misión institucional de la Alcaldía de Pereira

Servir a la ciudadanía de Pereira, con una gestión administrativa de alto desempeño, focalizando y priorizando la atención oportuna en el individuo, como eje central del desarrollo humano de forma participativa e incluyente; propendiendo por el fortalecimiento de sus capacidades, habilidades y competencias, orientadas al crecimiento económico y la sostenibilidad ambiental del territorio; administrando los recursos públicos de manera transparente y con efectividad, mediante la implementación de las políticas, planes, programas y proyectos.

3.3. Visión institucional de la Alcaldía de Pereira

Pereira tiene una Administración Pública transparente, eficiente y eficaz, fortalecida en su estructura administrativa con una infraestructura tecnológica avanzada, inclusiva y participativa con todos los actores del desarrollo, y con servidores públicos íntegros y con altas competencias laborales, reconocida como una de las administraciones con mejor desempeño municipal y con el mejor índice de gobierno abierto del país; Administración que facilita a la ciudad de Pereira continuar siendo una "Ciudad Región" Competitiva, que avanza hacia el desarrollo económico y humano.

4. MARCO CONCEPTUAL

“La comunicación organizacional tiene sus orígenes en la teoría de la organización; por lo cual desde esa perspectiva teórica recuperamos esta área de conocimiento. Los primeros estudios sobre comunicación organizacional se ubican en 1920 con el auge de la Escuela de las Relaciones Humanas (estudios de la Western Electric Company) de Elton Mayo, en la cual la participación del grupo informal era clave para entender los procesos organizacionales y por ende la comunicación” (Gámez, 2007), pag 76

En primer término, se relaciona en este trabajo algunas reflexiones en torno a las definiciones acerca de la organización.

De acuerdo con lo anterior, la comunicación organizacional hace referencia a ofrecer los recursos necesarios a los empleados para que realicen satisfactoriamente su trabajo, fomentar el liderazgo y la creatividad son factores importantes si se quiere contar con un equipo de trabajo motivado, con el fin de que luchen por alcanzar los objetivos de la compañía o entidad. Podemos decir que la comunicación organizacional es la herramienta que nos ayuda a encontrar el espíritu del mensaje que se quiere transmitir al cliente pero el cual debe ser entendido inicialmente por los funcionarios de la misma brindándoles los recursos suficientes que les permite establecer líneas comunicacionales que los conduzca hacia una misma dirección.

La comunicación organizacional permite que se genere esa conexión entre el equipo de trabajo, con el objetivo de que sus actividades sean desempeñadas de manera organizada en cuanto al

alcance de propósitos trazados para el progreso de la entidad, hace referencia como al idioma en el que todos se alinean para comprender su rol en el éxito de lo proyectado.

Desde este punto de vista, Montaña (2001) afirma que la organización es un objeto difuso, con fronteras sociales que no corresponden con las físicas y las legales. La organización no es exclusivamente el resultado de las fuerzas del entorno tanto como lo es del deseo estratégico. Es un objeto multideterminado, cruzado por las lógicas de acción contradictorias, completo por su naturaleza diversa y dinámico; por su incesante cambio, es un objeto a la vez cultural, político, económico e histórico, muy distante de la visión ortodoxa que lo define como transparente, monolítica, armónica, ordenada y racional en pos de la eficiencia (Montaña,2001),pag 135.

La comunicación es moldeable, varía de acuerdo a las situaciones cotidianas que van dando forma a las condiciones de espacio – tiempo que se adhieren al funcionamiento normal y que por ende cambian el mensaje que la compañía transmite y de la cual tiene que actualizar a sus funcionarios para que estos acojan las directrices y los traduzcan en procesos óptimos y climas laborales estables.

Cortes (2009) afirma que el clima organizacional es un conjunto compuesto por diversas percepciones de las características estables de una determinada organización, estas influyen entonces en las actitudes y además en el comportamiento de cada miembro de la organización, es decir que el clima organizacional relaciona diferentes características en cuanto al ambiente organizacional que influyen en los empleados, predisponiendo así su comportamiento.

Es importante resaltar que para toda organización, el clima organizacional es importante porque este aporta elementos que permiten un desempeño integral de las actividades a desempeñar, los componentes más viables para que las tareas establecidas sean realizadas acompañadas de una buena comunicación.

Por tanto, la comunicación, la cultura organizacional y el clima laboral están íntimamente relacionadas en cuanto a que las tres tienen un interés único lo cual permite que las empresas se desarrollen eficientemente, esto se afirma, debido a que con una buena cultura organizacional se ve reflejado en un clima bueno dentro de la organización, donde los empleados podrán desarrollar sus actividades, de manera eficaz, con buen ánimo, compañerismo, trabajo en equipo, entre otros, además de ello, se genera una mejor comunicación ente el empleado y el jefe, puesto que cuanto existe un mal clima laboral y por ende la cultura organizacional no es la debida, la comunicación se afecta en gran medida, debido a las diferencias, la poca atención a este ámbito, la mala relación entre los compañeros, y otros aspectos.

4.1. Organización

Desde otra perspectiva, la organización se puede también definir como una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación de membresías; ésta colectividad existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad (Hall, 1996), pag 123

De acuerdo con estas connotaciones, la organización tiene que ver con la acción y el efecto de coordinar la realización de tareas de diferentes tipos, es decir las áreas estructurales, trabajadores y profesionales que desempeñan cargos de alto rango y por tanto el desempeño de diversas actividades para así obtener una evolución empresarial y de mercado. La suma de las funciones individuales conforma una colectividad, la cual se encamina en pro de unas metas determinadas por la misión y visión hacia la consecución de resultados positivos, en síntesis es otro argumento para definir organización, pero que es completamente adaptable al proceso comunicacional ya que cuenta con la misma estructura.

Con éste marco conceptual, se vislumbra el enfoque organizacional, considerado como la variedad de planteamientos teóricos que intentan explicar el fenómeno de la organización; siendo los más representativos: las Relaciones Humanas, la Burocracia, el Comportamiento, la Contingencia y las Nuevas Relaciones Humanas (Ibarra y Montaña, 1985). Cada una de estas teorías representa una escuela de pensamiento.

Se puede retomar la Teoría del Comportamiento, (principales exponentes: H. A. Simon, R. M. Cyert y J. G. March), considerada como una ciencia interdisciplinaria. En su campo de investigación, busca establecer en qué forma afectan los individuos, los grupos y el ambiente en el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, es decir, el estudio de lo que la gente hace en una organización y cómo ese comportamiento afecta el rendimiento de ésta última buscando con ello la eficacia en las actividades de la empresa.

Las organizaciones son sistemas abiertos, en donde se tiene una intensa relación con el ambiente. Esto significa que las organizaciones son sistemas con actividades interdependientes,

ligadas con coaliciones cambiantes de participantes; los sistemas están incluidos en y dependen de los cambios continuos y constituidos por el ambiente en los que operan (Gámez, 2003), pag 56

El estudio del comportamiento que tienen las personas dentro de una empresa es un reto para los gerentes y hoy constituye una de las tareas más importantes; la organización debe buscar y propiciar ambientes de armonía, cooperación y solidaridad ya que el aspecto humano es el factor determinante dentro de la posibilidad de alcanzar los logros de la organización. Ya lo analiza Montañó (2001), pag 114 “reinventar la palabra, el afecto y la razón, son tres componentes básicos para la comprensión del mundo y el establecimiento de la relación con el otro”

Al respecto, Simón (1988), menciona que la comunicación es esencial en las formas más complejas de comportamiento cooperativo. Se producen fallas de comunicación siempre que se olvida que el comportamiento de los individuos es el instrumento con el que la organización lleva a cabo sus propósitos. Heydebrand (1989) menciona que en las nuevas formas organizacionales, la comunicación en todos los canales y el procesamiento de la información son la esencia. El Comportamiento Organizacional es un estudio que logra reunir aportaciones de diversas disciplinas: psicología, antropología, sociología, ciencia política entre otras; estableciendo como temas centrales de análisis e investigación, la motivación, el comportamiento del líder y el poder, la estructura del grupo y sus procesos, el aprendizaje, la actitud de desarrollo y la percepción, los procesos de cambio y la comunicación interpersonal y organizacional.

4.2 Comunicación organizacional

Aquella que dentro de un sistema económico, político, social o cultural se da a la tarea de rescatar la contribución activa de todas las personas que lo integran operativa y tangencialmente y busca abrir espacios para la discusión de los problemas de la empresa o institución esforzándose para lograr soluciones colectivas que benefician al sistema y que lo hacen más productivo. (Rebeil, 2004).pag 102

La comunicación organizacional también puede ser vista como un herramienta, método y estrategia a la vez, es paralela a la organización, desplegando un conjunto de acciones, procedimientos y actividades que se ejecutan con el fin de transmitir o recibir información tanto interna como externamente, con el propósito de alcanzar los objetivos planteados por la empresa, también podemos instaurar estrategias que contribuyan con el desarrollo, la productividad y unas excelentes relaciones internas y externas, obteniendo un mejor desempeño de los funcionarios y consecutivamente cumpliendo los objetivos propuestos.

4.3 Comunicación interna

Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como solución a la necesidad de las compañías de transmitir el mensaje corporativo con el cual se identifica la organización y el cual impulsa al funcionario para el desarrollo de su labor que permita la consecución de las metas propuestas por la entidad, cada funcionario es pieza vital en el ejercicio y la comunicación interna nos ayuda en obtener una visión global de la empresa, procesos, dependencias, compañeros y líderes que hacen parte de la estructura administrativa y que de acuerdo a las líneas planteadas por la comunicación interna, direccionan la fuerza de la organización hacia un propósito determinado.

Por tanto, la definición de estrategias y planes de comunicación dirigidas al público interno debe partir de conocimiento exhaustivo de la situación comunicativa, real que incluye la definición de conceptos de comunicación que se manejan, nivel de información y su calidad, conocimiento de la misión y objetivos empresariales por parte de los trabajadores, valores en los que se fundamenta la organización Ecured, (2017), pag 45

La comunicación interna de una organización está formada por las personas que integran la institución y su composición se relaciona con el lugar, que cada trabajador ocupa en las tareas organizacionales. En función del nivel jerárquico de autoridad y responsabilidad se dividen en dos tipos: los directivos o jefes y los empleados en general o subordinados. Estas clasificaciones no son mutuamente excluyentes ya que una persona puede simultáneamente ser jefe y subordinado. Sin embargo, para efectos prácticos se le puede considerar como lo uno o como lo otro según el punto de vista que se adopte y los objetivos que se persigan.

Los directivos son las personas que deciden las políticas generales a seguir en todos los terrenos y cuya influencia afecta a cada fase de la actividad de la organización y a cada uno de sus públicos. Los empleados son los demás componentes del sistema, quienes concretamente realizan el trabajo determinado por los directivos. Los públicos internos, tanto directivos como empleados, son los que llevan la organización hacia delante, cada uno desempeñando su rol. Por tanto deben ser atendidos en función de sus puntos de vista, necesidades, preferencias y sentimientos, porque de su satisfacción depende el logro de los objetivos de la institución (Arellano, E. 1998) pag 156

Finalmente, la comunicación interna se encarga de ofrecer información acerca de las organizaciones, de orientar conductas individuales y establecer relaciones interpersonales funcionales entre sus miembros. Impulsa el conocimiento en toda la institución provocando el aprendizaje y la innovación a través del intercambio de ideas y prácticas en el ámbito tanto interno como externo, encaminando la fuerza laboral en dirección de las metas corporativas establecidas para el cumplimiento de indicadores de vital trascendencia en la actividad desarrollada, del mismo modo el ambiente laboral se mantiene de manera estable dándole al funcionario estabilidad, estabilidad que se refleja en un aumento de la productividad general de la compañía.

En la actualidad la comunicación interna es de una u otra forma el espíritu de la organización, le permite integrar al funcionario de manera que las relaciones interpersonales, los procesos, indicadores, políticas y metas en general, tengan un satisfactorio desarrollo, minimizando las crisis sustancialmente.

4.1.1. Clima organizacional

En toda organización, es importante hoy día tener en cuenta que un buen ambiente laboral y agradable dentro de esta, ayuda a mejorar los resultados en cuanto a la ejecución de cada una de las actividades que en esta se desarrollan, de esta manera, el clima organizacional se puede entender como un ambiente interno que se genera entre los diversos miembros de la organización, relacionadas directamente con su grado de motivación, por tanto los aspectos internos de la organización conllevan a un

perfeccionamiento de las clases de motivación en dichos miembros. De esta manera, el clima organizacional abarca tanto los valores, como los principios, tradiciones y formas de hacer las cosas, las cuales influyen en gran medida en la forma que actúa cada miembro de la organización, es decir que para que las empresas puedan lograr sus respectivas metas, estas deben de juntar sus esfuerzos con su personal de trabajo, creando así un ambiente agradable, puesto que está incluyendo a los empleados en el proceso de evolución de la empresa (Chacón, 2015), pag 78

Desde esta perspectiva, se puede determinar que el clima organizacional se desarrolla en la manera que las personas pueden llegar a establecer ciertos procesos de interacción social, siendo entonces influenciada por diferentes valores, actitudes, creencias, entre otro aspectos, es decir que por medio de las interacciones que se generan en las personas, se construyen una variedad de percepciones que finalmente, afectan los comportamientos e igualmente las actitudes de los miembros de la empresa (García y Segura, 2014), pag 112.

Una característica fundamental de la comunicación organizacional y por ende de una de sus variables como la comunicación interna, es la posibilidad de resaltar la labor realizada por cada integrante de la organización, dándole a esa persona la posibilidad de conocer la importancia de su aporte a la compañía y el de sus compañeros, lo que genera un alto grado de satisfacción y compromiso por parte del funcionario para con la entidad. Con la existencia de procesos y protocolos emanados de los planes de comunicaciones previamente establecidos bajo la idiosincrasia de la organización se mitigan los conflictos y enemistades e impulsando de manera positiva los indicadores de integración, trabajo grupal y compañerismo.

4.1.2. Cultura organizacional

La cultura organizacional se puede entender como un sistema de significados que son compartidos por aquellos miembros que hacen parte de la organización, distinguiéndola de otra, por tanto, este sistema está compuesto por un conjunto de diversas características básicas que ayudan a captar la respectiva esencia de la cultura de una determinada organización (Calderón, 2013), algunas de estas características son:

- *Innovación y correr riesgos: Grado en que se alienta a los empleados para que sean innovadores y corran riesgos*
- *Minuciosidad: Grado en que se espera que los empleados muestren exactitud, capacidad de análisis y atención a los detalles*
- *Orientación a los resultados: Grado en que la gerencia se centra en los resultados más que en las técnicas y procedimientos para conseguirlos*
- *Orientación a las personas: Grado en que las decisiones de la gerencia toman en cuenta el efecto de los resultados en los integrantes de la organización*
- *Orientación a los equipos: Grado en que las actividades laborales se organizan en equipos más que individualmente*
- *Agresividad: Grado en que las personas son osadas y competitivas, antes que despreocupadas*

Con la cultura organizacional obtenemos identidad para la entidad, estandarizando procesos que agilizan el desarrollo del ejercicio, exhortando al funcionario a participar activamente, acorde con los lineamientos establecidos y donde la comunicación organizacional hace su arribo, tejiendo puentes comunicacionales entre los funcionarios que permiten interactuar de manera colectiva en aras de alcanzar las metas estipuladas por la razón de ser de la compañía, realizando

una labor minuciosa, agresiva, de impacto innovador, de trabajo en equipo, enfocado en el cumplimiento de las metas institucionales, que permita resaltar las habilidades individuales enmarcadas en los distintos equipos de trabajo.

En el caso de la alcaldía de Pereira el clima organizacional podría ser mucho mejor si se ejecutaran procesos de comunicación interna con más impacto y donde estén involucrados todos y cada uno de los actores de cada dependencia o secretaria.

Por otro lado, Falcones (2014) afirma que la cultura organizacional es una construcción social que genera en sus empelados un respectivo contexto importante, donde se identifica, reconoce, interactúan con sí mismo para enfrentar entonces, el mundo exterior. Por consiguiente, cada empresa es diferente, puesto que cada una se diferencia por sus conceptos, estructura, construcción, estrategias, entre otros

En conclusión, la cultura organizacional se refiere aquello que distingue o hace diferenciar una empresa de otra, estos son sus principios, valores, política, entre otros aspectos que la caracterizan, por tanto, las empresas poseen diferentes culturas organizacionales haciéndolas únicas en sus procesos.

Definitivamente la comunicación organizacional define el ser de la compañía, permitiendo encontrar el espíritu o ADN de la organización y de esta forma crear un mensaje directo, profundo, que represente los valores de dicha institución, creando una relación benigna entre las diversas variables de la comunicación que permiten obtener los resultados deseados, con comunicación efectiva, procesos óptimos y un ambiente laboral estable.

En primera medida está la comunicación interna, la cual se encarga de crear las vías encarnadas en procesos de comunicación que facilitan la toma de decisiones, integración interpersonal, el

conocimiento de información significativa de la entidad (funcionamiento, constitución etc.) y la creación de una disciplina entorno a las actividades cotidianas. Esta sumatoria nos genera en un segundo aspecto de manera mecánica y efectiva una cultura organizacional estructurada, acorde a las necesidades de la compañía, con procesos administrativos eficientes, funcionarios comprometidos que contribuyan a la estabilización de los indicadores principales de la compañía, del mismo modo y prácticamente como respuesta colateral al buen desempeño comunicacional, el clima laboral debe funcionar de manera ideal, con muy poco riesgo de crisis como conflictos interpersonales, dilación de procesos por falta de claridad en la ejecución o el no cumplimiento de metas y alcances, por el contrario aumenta la productividad, el sentido de pertenecía, crecimiento de indicadores, integración, compañerismo, funcionarios felices y todo esto con un resultado final muy alentador para la organización.

Hablemos ahora de la relación entre comunicación, cultura y clima laboral y lo que significa en la organización.

La comunicación tiene un gran impacto en la organización, que podríamos interpretarla como el alma que le da sentido y vida al propósito principal para que todos puedan comprender hacia donde se dirige la entidad, la comunicación se desarrolla por medio de diferentes estrategias implementadas por parte de las diferentes áreas que componen la entidad, además, la comunicación es una gran alternativa que toda organización debe implementar desde el reconocimiento de su cultura, ya que esta aporta al buen desarrollo de cada una de las actividades diarias de la organización, a cumplir sus objetivos, metas, a ser más productivas y primordialmente a mejorar la calidad del clima laboral como entorno social de los empleados que

de ella hacen parte, esto se afirma, puesto que las organizaciones sin comunicación como pueden avanzar tanto económicamente u organizacionalmente, sin comunicación no podría los empleados saber cuáles son sus actividades diarias, no podrían comunicarle a sus jefes lo que han logrado desarrollar, ni los jefes podrían transmitirles a los empleados lo que quieren lograr, es por ello que la comunicación es vital en cualquier organización.

5. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo se desarrolló con la implementación de una metodología, la cual está compuesta por la aplicación de una encuesta aplicada a los funcionarios de la Alcaldía de Pereira, dicha metodología permitirá cumplir con el objetivo que ha sido propuesto, además de dar desarrollo a cada objetivo relacionado, dando la posibilidad de poder conocer el respectivo posicionamiento de la alcaldía, y potencializarla por medio de nuevas estrategias de comunicación, además de ello, se obtuvo conocimiento sobre la comunicación organizacional existente actualmente en la Alcaldía.

Esta metodología se desarrolló mediante cuatro etapas, estas son:

- Análisis de una consulta documental de la respectiva trayectoria así como del impacto social que ha tenido la alcaldía de Pereira específicamente en el último periodo entre el año 2016 y 2018, precisando cómo ha sido el desarrollo de las estrategias de comunicación.

- Elaboración de la encuesta dirigida a los funcionarios de la alcaldía de Pereira, con el propósito de poder obtener los datos necesarios para dar cumplimiento a los objetivos propuestos en el presente trabajo.
- Aplicación de la encuesta a 30 funcionarios pertenecientes a diferentes áreas de la alcaldía de Pereira relacionados con el proceso de comunicación como periodistas, directores, coordinadores de programas y asistentes de cada una de las secretarías de la entidad.
- Tabulación y análisis a partir de los datos adquiridos mediante la recolección de datos.

5.1. Tipo de investigación

El tipo de estudio del presente trabajo investigativo es de tipo cuantitativo puesto que se busca conocer la comunicación organizacional desde un análisis interno de la alcaldía de Pereira, por tanto se consultarán trabajos realizados por otros investigadores, donde se utilizará información no documentada que poseen los funcionarios de la alcaldía; con el fin de que el presente proyecto sea empleado para realizar nuevas investigaciones, además de ser implementado para desarrollarse en la alcaldía. Así como la tabulación y encuestas de datos que fueron recolectados satisfactoriamente.

Por otro lado, este trabajo también es un estudio descriptivo, con enfoque cuantitativo, puesto que se analiza cada parte de la alcaldía, demostrando siempre la importancia de la comunicación organizacional, con el objetivo de conocer cuáles han sido sus estrategias implementadas, sus

logros, su organización, entre otros aspectos relacionados con la comunicación organizativa y el análisis interno de la alcaldía.

5.2. Método de Investigación

El método de investigación, es un procedimiento para descubrir las condiciones en que se presentan sucesos específicos, caracterizado generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica. Por tanto, el método que se empleara, será con enfoque cuantitativo, lo cual para el fundamento teórico y conceptual del trabajo, se hizo necesaria la revisión de literatura especializada en el área de la comunicación organizacional, además de visitar algunos sitios web relacionados con la información corporativa, procesos, entre otros temas referentes al objetivo del presente trabajo.

También es de campo, ya que se llevará a cabo un trabajo de recolección de datos por medio de la aplicación de la encuesta, lo que permitirá conocer y analizar las estrategias desarrolladas en relaciona a la comunicación organizacional, la comunicación interna, comunicación externa, entre otros.

5.3.Población y muestra

5.3.1. Población

El presente trabajo se realizará en la ciudad de Pereira, con una población de 30 personas las cuales actualmente laboran en la alcaldía de Pereira, teniendo en cuenta que estas personas tienen una relación directa con cada una de las áreas o dependencias de la alcaldía, puesto que son funcionarios que ocupan altos rangos dentro de cada área.

5.3.2 Muestra

Para efectos de esta investigación se realizaron entrevista a 30 personas que actualmente laboran en el área de comunicaciones de la Alcaldía de Pereira, todo esto con el fin de que proporcionaran información acerca las estrategias empleadas en cuanto a la comunicación organizacional, los problemas que se han presentado, las falencias, las ventajas y los cambios que ha tenido la alcaldía en su comunicación organizacional, además de obtener la información respectiva para llevar a cabo el análisis interno de esta.

Periodistas: De acuerdo a la secretaría se utiliza un periodista para dar cubrimiento a cada programa de la cartera, procesa la información recopilada para ser transmitida tanto interna como externamente.

Directores y Coordinadores: Son los encargados de implementar los programas dispuestos en el plan de desarrollo municipal en cada secretaria y conocen de primera mano lo que acontece con cada cartera municipal.

Asistentes: Son los funcionarios encargados de organizar la información que se obtiene del ejercicio de implementación de los distintos programas de la entidad dispuestos en el plan de desarrollo municipal.

5.4.Fuentes de la información

Para la presente investigación se tuvo en cuenta tanto fuentes primarias como secundarias, las cuales se especifican a continuación:

5.4.1. Fuentes Primarias

Para llevar a cabo la investigación del presente trabajo se empleó diversos métodos para la recolección de información, estos métodos fueron la encuesta y la observación, las cuales ayudan a tener un mejor conocimiento del tema de investigación por medio del análisis que ayuda al mismo tiempo a generar las conclusiones del mismo.

5.4.2. Fuentes Secundarias

Para este estudio se consultaron libros, publicaciones periódicas y otros tipos de texto encontrados en internet tales como, tesis, artículos, monografías, entre otros.

5.5. Técnicas para la recolección de la información

Para el presente trabajo de investigación se pretende recolectar la información de fuentes primarias. Las técnicas elegidas para la recolección de información son:

- Encuesta: Lo anterior se hizo con el fin de conceptualizar los tipos de investigación, las técnicas, entre otros aspectos, indispensables para la elaboración del informe final. De acuerdo a ello se utilizará la técnica de la encuesta ya que ella permitirá obtener información de primera mano y de esta manera dar respuesta a los objetivos del estudio. Seguidamente se tabulará la información y se hará un análisis de acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados y buscar la solución al problema planteado.

5.6. Tratamiento de la información

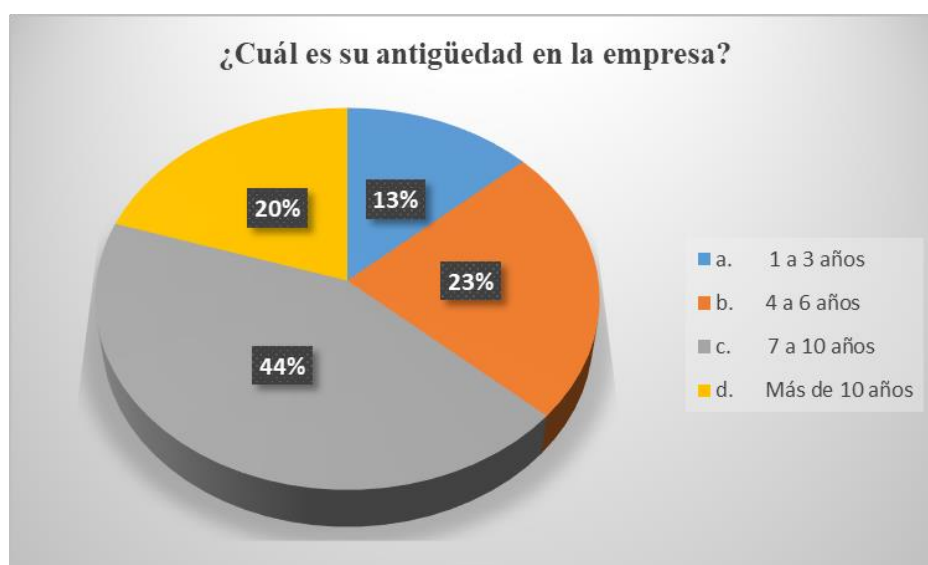
La información que se obtiene a través de la observación y las encuestas, se tabulará con el fin de obtener resultados que serán expuestos y analizados por medio de tablas y gráficos que faciliten por tanto su interpretación.

6. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1. Análisis de la encuesta

La encuesta se aplicó a 30 personas que laboran actualmente en la alcaldía de Pereira de acuerdo con ello, los resultados fueron:

Gráfico 1 ¿Cuál es su antigüedad en la empresa?



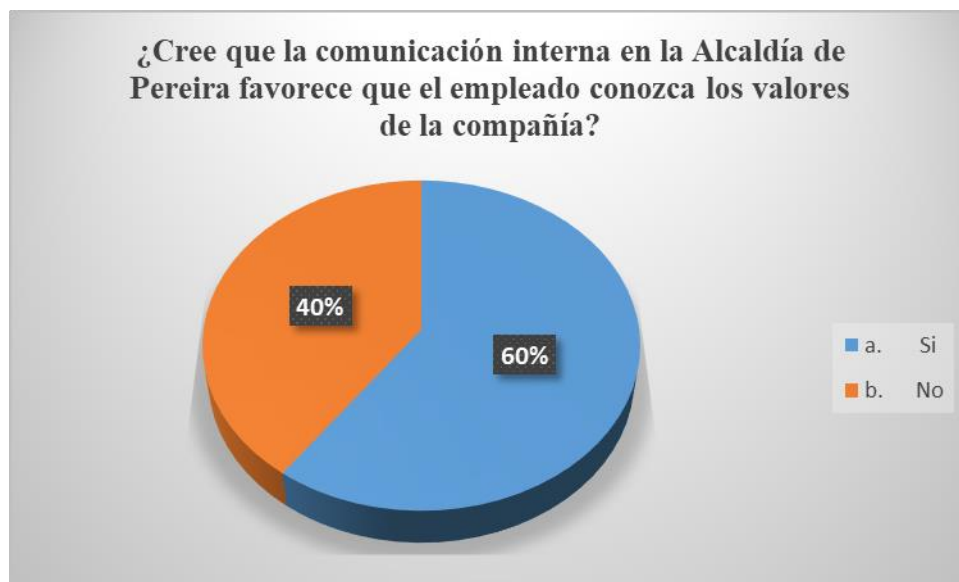
De acuerdo con los resultados, se puede apreciar que las personas encuestadas, llevan en la Alcaldía de Pereira en su mayoría (44%), aproximadamente entre 7 a 10 años, lo que indica que la rotación de personal en la alcaldía no se realiza constantemente, esto hace que la comunicación interna sea mucho mejor, ya que las personas ya saben cuáles son sus funciones diarias, y tienen en cuenta aquellos canales, parámetros y pasos a seguir en cuanto a la comunicación interna, puesto que la rotación del personal, en muchos casos afecta la comunicación.

Gráfico 2 ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la Alcaldía de Pereira?



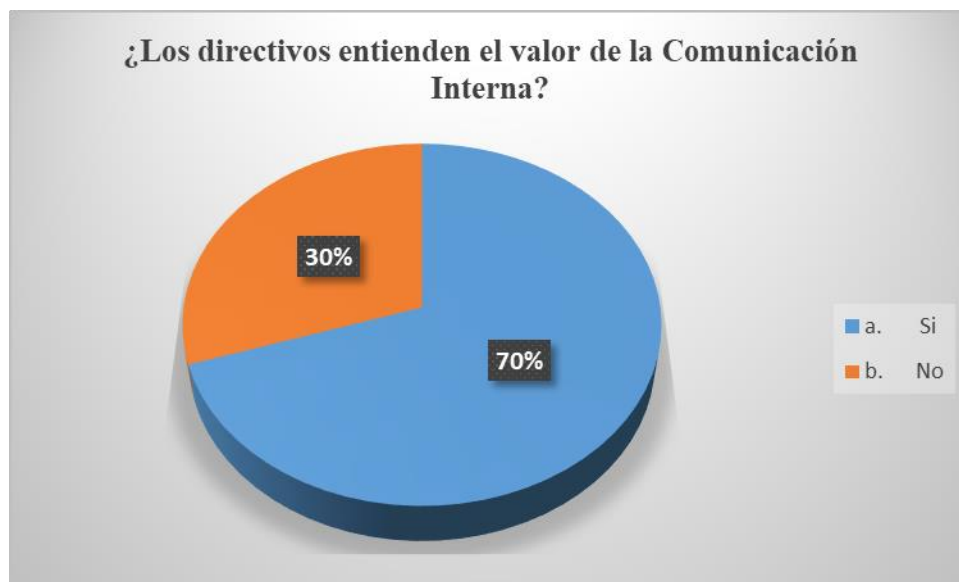
Los empleados encuestados afirmaron en un 53% que se encuentran satisfechos con la comunicación interna que actualmente se presenta o se desarrolla en la Alcaldía de Pereira, pero es importante resaltar que un 30% respondieron que están insatisfechos, y este es entonces un porcentaje muy alto que la Alcaldía debe de tener en cuenta para solucionar y poder bajar dicho porcentaje, esto quiere decir que aunque si existe una buena comunicación interna, tal vez no se está desarrollando de buena manera, o no se están utilizando los medios o canales adecuados.

Gráfico 3 ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira favorece que el empleado conozca los valores de la compañía?



En un 60% los encuestados indican que la comunicación interna si ayuda a que ellos puedan tener conocimiento sobre los valores de la Alcaldía de Pereira, por tanto la comunicación interna es una buena herramienta para generar en el empleado un sentido de pertenencia, así como también aumentar su productividad. Pero es de resaltar que un 40% indicaron que la comunicación interna no favorece a que el empleado conozca dichos valores, por ende es importante crear estrategias por medio de la comunicación interna, con el propósito de que los empleados tengan un mayor conocimiento de las políticas, misión, visión, objetivos, metas y valores de la Alcaldía de Pereira.

Gráfico 4 ¿Los directivos entienden el valor de la comunicación interna?



De acuerdo con los resultados, el 70% de los encuestados, afirman que los directivos si entienden y tienen conocimiento sobre el valor que tiene la comunicación interna, especialmente en la Alcaldía de Pereira

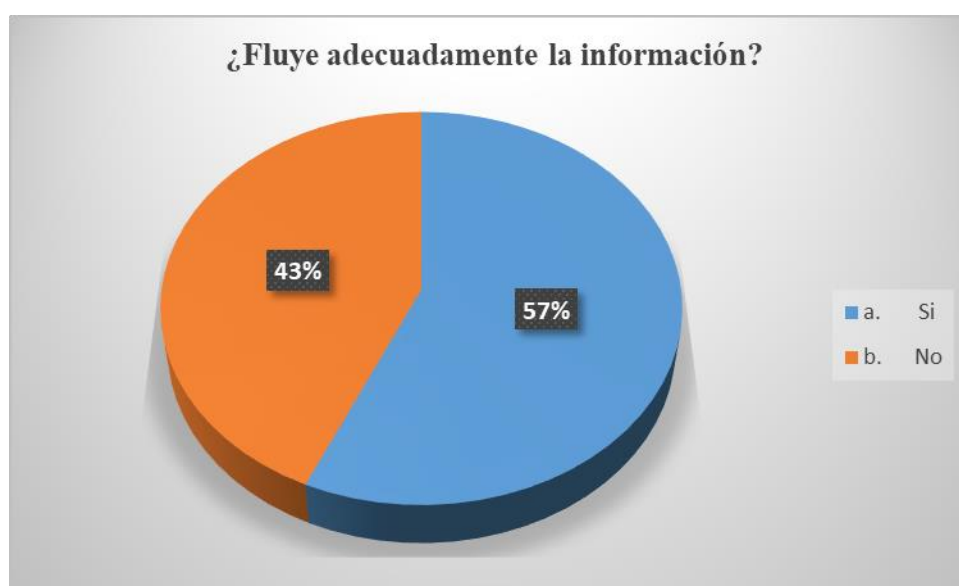
Gráfico 5 ¿Cómo impactaron las redes sociales en la comunicación interna?



Dentro de los impactos que ha tenido las redes sociales en la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira, los encuestados indican en un 50%, que estas redes mejoraron la calidad de

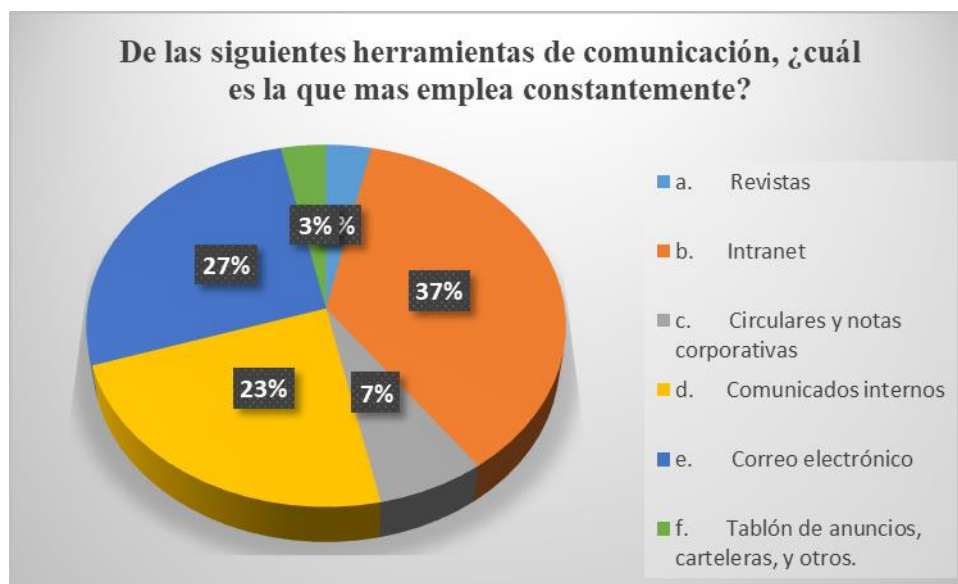
la comunicación interna y además la respectiva productividad del área o la dependencia, de igual forma, el 40% indicaron que la comunicación interna se mejoró con la utilización de las redes sociales, esto lleva a pensar que las redes sociales son una gran herramienta o canal dentro de la comunicación interna para comunicar, informar, conocer, entre otros aspectos.

Gráfico 6 ¿Fluye adecuadamente la información?



El 57% de los empleados encuestados, afirman que la información en la Alcaldía de Pereira sí está fluyendo adecuadamente, por tanto la comunicación interna se está desarrollando de buena manera.

Gráfico 7 De las siguientes herramientas de comunicación, ¿Cuál es la que más emplea constantemente?



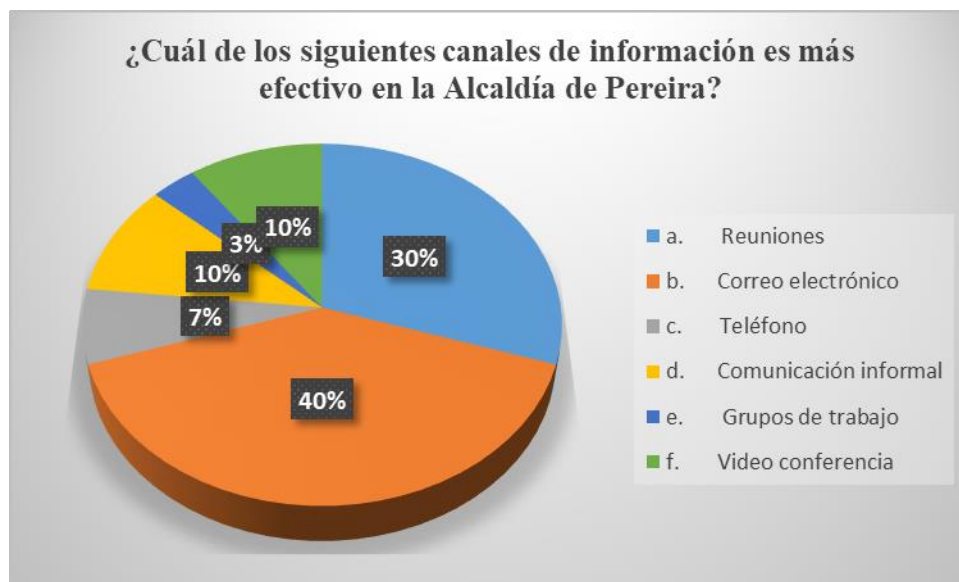
Los empleados afirman en un 37% que emplean constantemente y es una herramienta más importante de comunicación, la intranet, además de ello, el 27% indican que el correo electrónico y el 23% los comunicados internos, de acuerdo con estos resultados se concluye que las herramientas más utilizadas en la alcaldía para comunicar y/o dar información es el correo electrónico, los comunicados internos y la intranet.

Gráfico 8 Para usted la comunicación que facilita la Alcaldía de Pereira...:



La respectiva comunicación que facilita la alcaldía de Pereira, para el 44%, logra que el empleado se sienta como miembro de la institución y se comprometa con aquellos objetivos que esta emite o proporciona, además de ello, es importante resaltar que otro 33% determina que esta comunicación les permite encontrar la información necesaria para poder realizar su trabajo, es decir poder llevar a cabo sus funciones y/o actividades diarias.

Gráfico 9 ¿Cuál de los siguientes canales de información es más efectivo en la Alcaldía de Pereira?



Dentro de la Alcaldía de Pereira, los canales de información más efectivos son: El 40% de los encuestados afirman que el correo electrónico y el 30% determinan que las reuniones, de esta manera, dentro de la comunicación interna de este ente institucional se emplean efectivamente el correo electrónico y las reuniones para pasar la información necesaria.

Gráfico 10 ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira es efectiva?



Para el 57% de los empleados encuestados, la comunicación interna que hay actualmente en la Alcaldía de Pereira es efectiva, para dar la información necesaria a otros compañeros, jefes, instituciones, entre otros aspectos.

7. DIAGNÓSTICO

Según el panorama arrojado por el instrumento de encuesta, para proceder a la planificación de la estrategia comunicacional, se aplicó la matriz DOFA, la cual es un medio que ayuda a llevar a cabo el análisis de aspectos importantes tanto internos como externos, tales como: las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, de la situación actual del área de comunicaciones de la Alcaldía de Pereira.

7.1. Fortalezas

- Los funcionarios reconocen que la comunicación interna tiene una gran importancia para su desarrollo laboral.
- Los funcionarios tienen acceso fácilmente a la información de cada área, utilizando varios canales de información, que ayuda a que la comunicación interna sea efectiva y de fácil desarrollo.
- Los funcionarios hacen uso de la tecnología para comunicar la información que necesitan tanto ellos como otras personas, haciendo que la comunicación interna sea más eficiente.

- El plan de gestión de la comunicación es reconocido por los empleados, lo que hace que estos puedan tener la información y elementos necesarios para tener una comunicación interna adecuada

7.2.Oportunidades

- Las herramientas de información más utilizadas son los correos electrónicos, la intranet y los comunicados internos, tres elementos que se emplean constantemente dentro de la comunicación interna y que permite una amplia y mejor comunicación de la Alcaldía de Pereira.

7.3.Debilidades

- Un alto porcentaje de los funcionarios encuestados están insatisfechos, y este es entonces un aspecto que la Alcaldía debe de tener en cuenta para solucionar, esto quiere decir que la comunicación no se está desarrollando de buena manera, o no se están utilizando los medios o canales adecuados.
- La mala implementación de las redes sociales o su distracción puede generar una mala calidad en la comunicación interna.

7.4.Amenazas

- Las dificultades administrativas propias del sector público, pueden afectar las percepciones positivas de los programas y servicios de la Alcaldía de Pereira en general, de esta manera, la comunicación interna puede llegar a desmejorar.

8. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Se recomienda que la Alcaldía de Pereira, demuestre mayormente la importancia que tiene la comunicación interna, además de ello, este ente institucional, debe propender por que los empleados por medio de la comunicación interna tengan conocimientos sobre su misión, visión, valores, metas y objetivos, haciendo que los empleados y/o funcionarios se sientan más cómodos dentro de esta, y se genere en ellos un mayor grado de sentido de pertenencia, lo que ayudara a aumentar su productividad.

Se recomienda también aprovechando las nuevas tecnologías y el impacto de las redes sociales, actualizar a funcionarios y contratistas en los nuevos procesos de comunicación externa y las tendencias digitales buscando cerrar la brecha entre los funcionarios más antiguos que reclaman ser los primeros en conocer resultados de sus gestiones antes que la ciudadanía y cuál será su método de difusión para sentirse más valorados y parte de la organización, convirtiendo la inmediatez de los medios digitales por ejemplo en una oportunidad para conocer la información y difundirla a más personas, convirtiéndose en una estrategia aliada a los procesos de comunicación de información y fomentando el sentido de pertenencia estableciendo patrones que fortalezcan la cultura organizacional.

9. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados de la aplicación de la encuesta, la alcaldía de Pereira en su organización, conformación y comunicación, se pudo evidenciar en cuanto a quienes laboran allí que el nivel de antigüedad es muy elevado, esto con el fin de que se tenga una comunicación e interrelación entre los mismos integrantes de la alcaldía, para lograr una organización y excelente desempeño en las funciones para las cuales están destinados cada empleado que allí labora.

De igual modo conocer los medios de información utilizados al interior de esta, donde también se llevó a cabo la aplicación de la encuesta a algunos miembros de la organización (alcaldía de Pereira) para poder concluir si este plan de comunicación interno si se está desarrollando adecuadamente y si igualmente, tiene la comprensión y participación de los funcionarios.

Para finalizar, cabe resaltar que la organización está conformada tanto por las áreas o dependencias que la integran, como otros aspectos importantes como los son, la cultura organizacional, el clima organizacional y la comunicación, tres elementos que incluyen en gran medida en el proceso de desarrollo de la empresa.

Hay una serie de razones por las cuales las organizaciones deberían preocuparse por la comunicación interna. Los empleados son el corazón y el alma de una organización, por lo que es fundamental prestar atención a sus necesidades. Una fuerza laboral de empleados comprometidos aumenta e impulsa los resultados comerciales. El compromiso de los empleados fomenta un mayor rendimiento de los empleados, resulta en una menor rotación y ofrece una ventaja competitiva. Incluso en una economía difícil, las empresas necesitan inspirar y retener a los de alto desempeño

REFERENCIAS

Aktouf, (2009) La organización y su adaptación a las tecnologías de la información

<http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v15n32/v15n32a7.pdf>

Arango Navarro, Fernando Aquiles y Pulgarín Restrepo Luisa Fernanda. [2017]. Origen y la evolución de la comunicación organizacional en Antioquia, a partir del testimonio de algunos de sus protagonistas. [En Línea]. [Consultado el 6 de Septiembre del 2018].

Disponible en: <https://es.calameo.com/read/003316467c125a1812696>

Arellano, E. (1998). La Estrategia de Comunicación como un Principio de

Integración/Interacción, dentro de las Organizaciones. [En Línea]. Razón y Palabra, Suplemento Especial. Retrieved 20 de noviembre de 2008 from

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>.

Calderón Ángel, Zulma Eloisa. [2013]. La cultura organizacional en la estabilidad laboral”

(estudio realizado en lubricantes la calzada s.a. [En Línea]. Universidad Rafael Landívar.

[Consultado el 31 de Agosto del 2018]. Disponible en:

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Calderon-Zulma.pdf>

Chacón Guerra, Vivian Andreina. [2015]. Análisis del clima organizacional de la empresa

representaciones CEM, ubicada en Chiquimula, Chiquimula. [En Línea]. Universidad Rafael Landívar. [Consultado el 31 de Agosto del 2018]. Disponible en:

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/01/01/Chacon-Vivian.pdf>

Cortés Jiménez, Nelsy Marien. [2009]. Diagnóstico del clima organizacional. Hospital. [En Línea]. Universidad Veracruzana. [Consultado el 31 de Agosto del 2018]. Disponible en: <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/30006/NelsyMCortesJimenez.pdf;jsessionid=0A7397C14007ED02779E3039DDA192F9?sequence=1>

Simon, (1988) Comunicación y cultura organizacional

Ecured. [2017]. Comunicación interna. [En Línea]. [Consultado el 5 de Septiembre del 2018]. Disponible en: https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_interna

Escobar Fernández, Jorge. [2017]. Comunicación corporativa. [En Línea]. Portal de relaciones públicas. [Consultado el 5 de Septiembre del 2018]. Disponible en: <http://www.rppnet.com.ar/comunicacioncorporativa.htm>

Falcones Suárez, Gianella. [2014]. Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de supply chain guayaquil de nestle ecuador. [En Línea]. Universidad De Guayaquil. [Consultado el 31 de Agosto del 2018]. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6287/1/Tesis%20Cultura%20organizacional.pdf>

Fernández y Dahnke, (1988) La comunicación humana, pag 111-142

Gámez Gastélum, Rosalinda. [2007]. Principales referentes teóricos de la comunicación organizacional. [En Línea]. [Consultado el 30 de Agosto del 2018]. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/221/1d.htm>

García Herrera, Gregorio y Segura Agüero, Luis Alberto. [2014]. El clima organizacional y su relación con el desempeño docente en las instituciones educativas del distrito de Cajay – 2013. [En Línea]. Universidad Católica Sedes Sapientiae. [Consultado el 31 de Agosto del 2018]. Disponible en:

http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/190/Garcia_Segura_tesis_maestria_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Heydebrand. 1989, Organizaciones y políticas publicas

https://books.google.com.co/books?id=q5LwlZZ4pIIC&pg=PT30&dq=comunicacion+organizacional+heydebrand+1989&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjMnc2_34TeAhUGjV

Montaño, Luis, (2001) comunicación formal e informal en la organización, página 114

Pasado presente y futuro de Pereira <http://www.pereira.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Pasado-Presente-y-Futuro.aspx>

Rebeil, C. M. (1998). El poder de la comunicación en las Organizaciones. En C. M. (pág. 15). Plaza y Valdés.

Heydebrand Wolf (1989) V nuevas formas de organización.

http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/jrnc/Teoria_Administrativa/Formas_de_trabajo.pptx_3.pdf

Gómez Gastélum, Rosalinda 2006 Organizaciones y políticas públicas. Una mirada desde el noroeste

Ibarra y Montaño (1992) Mito y Poder en las Organizaciones

Richard M. Cyert y James G. March (1986) “Clásicos de la Gerencia” revista Management Today en español Sección, pp 54 – 58.

Stuart Hall y Paul du Gay (1996) Cuestiones de identidad y cultural

<https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/hall-s-du-gay-p-1996-cuestiones-de-identidad-cultural.pdf>

10. ANEXOS



UNIVERSIDAD DE
MANIZALES
ORGANIZACIONAL

ENCUESTA EMPLEADOS DEL AREA DE COMUNICACIÓN DE LA ALCALDÍA DE PEREIRA

ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN

Objetivo: Identificar si la Alcaldía de Pereira hace un uso eficaz y eficiente del plan de comunicación organizacional a partir de un análisis interno.

Responda las siguientes preguntas colocando una X:

1. ¿Cuál es su antigüedad en la empresa?
 - a. 1 a 3 años
 - b. 4 a 6 años
 - c. 7 a 10 años
 - d. Más de 10 años

1. ¿Cuál es su antigüedad en la empresa?	Frecuencia	Porcentaje
a. 1 a 3 años	4	13%
b. 4 a 6 años	7	23%
c. 7 a 10 años	13	43%
d. Más de 10 años	6	20%
Total	30	100%

2. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la Alcaldía de Pereira?

- a. Satisfecho
- b. Poco satisfecho
- c. Insatisfecho

2. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la Alcaldía de Pereira?	Frecuencia	Porcentaje
a. Satisfecho	16	53%
b. Poco satisfecho	5	17%
c. Insatisfecho	9	30%
Total	30	100%

3. ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira favorece que el empleado conozca los valores de la compañía?

- a. Si
- b. No

3. ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira favorece que el empleado conozca los valores de la compañía?	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	18	60%
b. No	12	40%
Total	30	100%

4. ¿Los directivos entienden el valor de la Comunicación Interna?

- a. Si
- b. No

4. ¿Los directivos entienden el valor de la Comunicación Interna?	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	21	70%
b. No	9	30%
Total	30	100%

5. ¿Cómo impactaron las Redes Sociales en la Comunicación Interna?

- a. Se mejoró la comunicación interna
- b. Empeoro la comunicación interna
- c. Se generó una mayor distracción laboral
- d. El impacto de las redes sociales mejoraron la calidad de la comunicación interna, y así mismo la productividad del área o dependencia.

5. ¿Cómo impactaron las Redes Sociales en la Comunicación Interna?	Frecuencia	Porcentaje
a. Se mejoró la comunicación interna	12	40%
b. Empeoro la comunicación interna	1	3%
c. Se generó una mayor distracción laboral	2	7%
d. El impacto de las redes sociales mejoraron la calidad de la comunicación interna, y así mismo la productividad del área o dependencia.	15	50%
Total	30	100%

6. ¿Fluye adecuadamente la información?

- a. Si
- b. No

6. ¿Fluye adecuadamente la información?	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	17	57%
b. No	13	43%
Total	30	100%

7. De las siguientes herramientas de comunicación, ¿cuál es la que más emplea constantemente?
- Revistas
 - Intranet
 - Circulares y notas corporativas
 - Comunicados internos
 - Correo electrónico
 - Tablón de anuncios, carteleras, y otros.

7. De las siguientes herramientas de comunicación, ¿cuál es la que mas emplea constantemente?	Frecuencia	Porcentaje
a. Revistas	1	3%
b. Intranet	11	37%
c. Circulares y notas corporativas	2	7%
d. Comunicados internos	7	23%
e. Correo electrónico	8	27%
f. Tablón de anuncios, carteleras, y otros.	1	3%
Total	30	100%

8. Para usted la comunicación que facilita la alcaldía de Pereira...:
- ...logra que me sienta miembro de la empresa y me comprometa con los objetivos de ésta
 - ...me permite conocer sus objetivos y resultados en el ámbito local o nacional

- c. ...me permite encontrar la información necesaria para realizar mi trabajo

8. Para usted la comunicación que facilita la alcaldía de Pereira...:	Frecuencia	Porcentaje
a. ...logra que me sienta miembro de la institución y me comprometa con los objetivos de ésta	13	43%
b. ...permite conocer sus objetivos y resultados en el ámbito local o nacional	7	23%
c. ...permite encontrar la información necesaria para realizar mi trabajo	10	33%
Total	30	100%

9. ¿Cuál de los siguientes canales de información es más efectivo en la Alcaldía de Pereira?

- a. Reuniones
- b. Correo electrónico
- c. Teléfono
- d. Comunicación informal
- e. Grupos de trabajo
- f. Video conferencia

9. ¿Cuál de los siguientes canales de información es más efectivo en la Alcaldía de Pereira?	Frecuencia	Porcentaje
a. Reuniones	9	30%
b. Correo electrónico	12	40%
c. Teléfono	2	7%
d. Comunicación informal	3	10%
e. Grupos de trabajo	1	3%
f. Video conferencia	3	10%
Total	30	100%

10. ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira es efectiva?

- a. Si
- b. No

10. ¿Cree que la comunicación interna en la Alcaldía de Pereira es efectiva?	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	17	57%
b. No	13	43%
Total	30	100%