



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
EXTENSIÓN QUEVEDO



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

RELACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN
EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE
RELACIONES PUBLICAS DEL GAD MUNICIPAL SAN JACINTO DE
BUENA FE.

AUTOR:

PROAÑO HUACON ARIANA ANDREINA

TUTOR:

MÁSTER NAVIA JAIME

QUEVEDO - ECUADOR

2022

DEDICATORIA

Dedico con mucho amor a Dios por permitirme culminar con su bendición mi tan anhelada carrera.

A mis queridos y apreciados padres por apoyarme y creer un sueño hecho realidad.

A mi Hijo por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día.

A mi compañero de vida por ser mi apoyo en todo momento.

A mi ángel del cielo mi querido y amado hermano te lo prometí y lo cumplí.

Mi princesa y cuñada por esa motivación y animo que siempre me dan.

Mis suegros y cuñados por su apoyo incondicional, y cada uno de sus consejos

A mi familia en general y compañeros por su apoyo cada experiencia que vivimos quedara guardada en lo más profundo de mi corazón.

A mis queridos docentes gracias por sus enseñanzas.

ARIANA ANDREINA PROAÑO HUACON

RESUMEN

La presente investigación consistió en analizar cómo se relaciona la comunicación interna y el clima organizacional del departamento de relaciones públicas del GAD municipal San Jacinto de Buena Fe. La comunicación es un factor importante para el logro de las metas organizacionales, la falta de atención por parte de los altos directivos muchas veces conduce a una mala gestión y a un mal uso de los recursos, materiales y personas, creando un ambiente organizacional negativo que conlleva al fracaso en la consecución de las metas. Actualmente, las organizaciones están participando en entornos modernos de medios de los cuales deben ser parte para sobrevivir. Este estudio fue realizado bajo un enfoque cualitativo, donde se ha concluido que la comunicación interna dentro del ambiente laboral, influye efectivamente en la organización, cumplimiento y emocionalidad de los trabajadores dentro de una organización, además que es considerada por los trabajadores como influyente para el alcance de logros en los grupos de trabajo.

Palabras claves: Gestión – comunicación, organizacional- públicas- municipio.

ABSTRACT

This research consisted of analyzing how internal communication and the organizational climate of the public relations department of the municipal government of San Jacinto de Buena Fe are related. Communication is an important factor for the achievement of organizational goals, the lack of attention by senior management often leads to mismanagement and misuse of resources, materials and people, creating a negative organizational environment that leads to failure in achieving goals. Currently, organizations are participating in modern media environments of which they must be a part in order to survive. This study was conducted under a qualitative approach, where it has been concluded that internal communication within the work environment, effectively influences the organization, compliance and emotionality of workers within an organization, in addition to being considered by workers as influential for the achievement of achievements in work groups.

Keywords: Management - communication, organizational - public – municipalities.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
RESUMEN.....	iii
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. DESARROLLO.....	2
2.1. Justificación.....	2
2.2. Objetivo.....	3
2.3. Sustento Teórico.....	3
2.3.1. Gestión de la comunicación interna.....	3
2.3.2. Comunicación.....	4
2.3.3. Comunicación interna.....	4
2.3.4. Relación de la comunicación interna y externa.....	5
2.3.5. Stakeholders internos.....	6
2.3.6. Clima organizacional.....	6
2.3.7. Organización.....	7
2.3.8. Zona de confort.....	8
2.3.9. Características del clima organizacional.....	8
2.3.10. Departamento de relaciones públicas.....	9
2.3.11. Jefe de departamento de relaciones públicas.....	10
2.3.12. Departamento de comunicación.....	10
2.3.13. Dircom.....	10
2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de información.....	11
2.4.1. Tipo de investigación.....	11
2.4.2. Método de investigación.....	11
2.4.2.1. Método Teórico.....	11

2.4.2.2.	Método Teórico	11
2.4.2.3.	Método deductivo.....	11
2.4.2.4.	Analítico	12
2.4.3.	Técnicas	12
2.4.3.1.	Entrevista.....	12
2.4.4.	Población y muestra.....	12
2.5.	Resultados obtenidos	12
2.5.1.	Situaciones detectadas	14
2.5.2.	Soluciones planteadas	15
2.6.	Conclusiones y recomendaciones	16
2.6.1.	Conclusiones	16
2.6.2.	Recomendaciones	17

1. INTRODUCCIÓN

El punto principal del estudio radica en dos premisas básicas, que son relevantes para la mayoría de las organizaciones del sector público, relacionadas con la mala gestión de la información interna y la insuficiente conciencia del clima organizacional. (Charry, 2018); (Al Shobaki, Naser, Abu Amuna, y El Talla, 2018). La gestión de la comunicación a nivel de instituciones públicas debe hacer frente al mundo actual, evolutivo y competitivo, con un nivel de comunicación sistemático e interactivo, escuchando las necesidades de los empleados, cómo comunicar igualdad e igualdad; la comunicación se ve como un eje horizontal en la organización, donde la comunicación se establece internamente. Cómo gestionar el proceso de comunicación en el contexto de un mecanismo de comunicación, una comprensión mutua del cambio, más precisamente en un entorno establecido, (Martínez, 2018).

La comunicación positiva y segura en una organización es un verdadero desafío para los líderes. Este es un tema relacionado con la cultura, la capacidad de enviar información de manera clara y la ausencia de la persona que la recibe; por lo tanto, no solo para aplicar la teoría de la comunicación, es una relación amigable con la cultura, las relaciones personales, los sistemas atractivos y todos los resultados. Problemas relacionados con el proceso, (Latorre, Dousdebés, González, y Vasco, 2019). Dado que la comunicación interna surge de la comunicación entre individuos, tiene la misma estructura funcional y elementos similares, y en esta comunicación, la información contiene diferentes tipos de información. Por sus funciones y diferencias, se destacó la necesidad de investigar las comunicaciones internas de la organización propuesta. (Robles, 2018).

Al comprender la comunicación como un sistema institucional horizontal puede incorporarse a la política institucional en lugar de restringirla a cosas meramente instrumentales. La comunicación interna es el alma y el espíritu de la organización, el sistema nervioso central de cada órgano y tejido. La falta de una genuina comunicación interna, los rumores y el secretismo son otros de los problemas que enfrenta cualquier organismo público, lo que puede generar despidos y crear conflictos entre los empleados; pero priorizar las relaciones cercanas entre

profesionales y expertos basadas en la comunicación interna permite que cada trabajador pueda expresar sus inquietudes y mejorar la seguridad personal (Valero, Carvajal y García, 2019).

El clima organizacional es determinado a partir del ambiente existente entre los miembros de la empresa y que se basa en estados emocionales como resultado de la percepción que tienen de su organización, de su funcionamiento tanto estructural como dinámico; esta percepción influye en niveles de satisfacción y motivación e incluso en la permanencia de los miembros en la organización. Es evidente que se involucran factores críticos que exponen conductas concretas, afectando la rentabilidad y el logro de las metas estratégicas dentro de la organización (Ameri, *et al*, 2020).

Con estas referencias en mente, el objetivo de este estudio fue establecer la relación entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en una entidad pública, como lo es el GAD Municipal San Jacinto de Buena Fe.

La calidad de conocer el clima organizacional radica en su influencia en el comportamiento de los empleados, su diagnóstico es fundamental para el diseño de herramientas de gestión pública.

2. DESARROLLO

2.1. Justificación

El presente estudio, se enfoca en el servicio de la comunicación interna y el clima organizacional en el Departamento de Relaciones Públicas del GAD municipal San Jacinto de Buena Fe. Dentro de una empresa la funcionalidad de la misma viene determinada por el mejoramiento del ámbito laboral, por lo que es de interés investigar en torno a esta temática, desde la comunicación interna que se emplea, hasta el clima organizacional que se genera dentro de la misma, incluyendo el conocimiento sobre los comportamientos de los miembros que conforman el Departamento y poder tomar medidas correctivas si así se requiere. En la actualidad la comunicación interna pese a ser una nueva y efectiva herramienta, no presenta la importancia necesaria en cuestión de aplicación y seguimiento lo que impide el perfeccionamiento del servicio para mejorar la competitividad de la organización y el clima laboral, en beneficio directo de los empleados.

En torno a la problemática anteriormente mencionada se ha planteado como objetivo Demostrar la relación de la gestión de la comunicación interna el clima organizacional del departamento de relaciones públicas del GAD Municipal San Jacinto de Buena fe, Año 2021. Los beneficios que se pretenden obtener de este trabajo investigativo es que los miembros principales de la organización se preocupen por las personas que laboran en dicha institución, evitando el ausentismo, contribuyendo a la resolución de conflictos y motivando a los miembros del Departamento de Relaciones Públicas del GAD Municipal de Buena Fe, a su vez siendo los mismos beneficiarios, motivo por el que se justifica la investigación planteada.

2.2. Objetivo

Demostrar la relación de la gestión de la comunicación interna el clima organizacional del departamento de relaciones públicas del GAD Municipal San Jacinto de Buena fe, Año 2021

2.3. Sustento Teórico

2.3.1. Gestión de la comunicación interna

La trascendencia de la comunicación interna siempre ha seguido la mentalidad, filosofía e incluso cultura que ha caracterizado a las organizaciones desde tiempos inmemoriales. Por lo tanto, los valores y estándares de identidad, creencias y actitudes hacia los empleados, tareas a realizar o metas a alcanzar determinan directamente la estructura organizacional aplicada al uso, estilo de gestión, decisión, modelos de interacción y comunicación; Muchos responsables de comunicación han admitido abiertamente que probablemente la comunicación interna no sea el área de influencia del departamento que dirigen, e incluso se niegan a supervisar esta función para no convertirse en una opinión. separado de cualquier resultado (Cuenca y Verazzi, 2020).

La importancia de comunicación dentro de la organización radica en su efectividad para lograr una mejor productividad, ya que refleja la identidad corporativa y la imagen de la empresa, teniendo la correspondiente influencia en los clientes y empleados. La comunicación corporativa interna juega un papel de mucha relevancia para que la organización se consolide y

desarrolle adecuadamente, teniendo como foco principal todas las actividades de comunicación generadas a partir de vínculos internos, conjuntos y articulaciones que lleven al cumplimiento de la práctica y visión de la empresa. y sus actividades o funciones (Cruz y Jácome, 2018).

2.3.2. Comunicación

Thompson, (2008) afirma que: “En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes donde ambos establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.” La comunicación va más lejos de la transmisión intencional de un mensaje; La comunicación está vigente en todas las recomendaciones sociales, es uno de los procesos humanos más importantes y representativos, por el cual debe ser transmitido siempre debe estar en la actualidad como un conocimiento básico. (Charry, 2018).

En los negocios, la comunicación comparte dos áreas, la interna y la externa, por lo que debe haber armonía entre ellas para que se lleve a cabo el proceso de comunicación. Si se considera primero el área interna, entonces la comunicación juega un papel muy importante ya que debe estar enfocada al logro de la misión, visión y objetivos estratégicos de la organización. Para el sector externo, la comunicación debe enfocarse en las relaciones con sus stakeholders externos como: el gobierno, sus competidores, sus proveedores, los medios de comunicación, etc. Por otro lado, las empresas deben considerar sus relaciones de marketing, publicidad e información para posicionarse en la sociedad que están desarrollando con base en principios de comunicación y gestión de la información (Carpio y Montero, 2020).

2.3.3. Comunicación interna

Andrade, (2005) especifica a la comunicación interna que el conjunto de actividades realizadas por las organizaciones que crean y mantienen buenas relaciones con y entre sus

miembros, gracias al uso de diferentes medios de comunicación que les permite ser notificados, integrados y promovidos por contribuir a su trabajo e implementar los objetivos de la organización.

La comunicación interna es una comunicación hacia los clientes internos, que es un colaborador, luego escucha al público en, una sociedad es muy importante saber qué piensan y sus trabajadores de personas y cuáles son sus necesidades personales; Debido a que las empresas serán más efectivas que y con personas felices, que trabajan con ellos, si apuestas en ello a tu cultura (Abendaño y Sánchez, 2020).

2.3.4. Relación de la comunicación interna y externa

La comunicación interna, como herramienta promueve la motivación de los empleados además de transmitirles toda la información acerca de las actividades de la empresa, de sus logros y fracasos; Impulsa la participación y el compromiso de los empleados además de contribuir en el surgimiento del sentimiento de pertenencia a la organización, lo que favorece en una mayor implicación en los objetivos de la misma, pero las dinámicas cambiantes, le exigen a la organización no solo relacionarse con sus empleados sino también con los clientes quienes anteriormente eran considerados como una simple transacción, que hoy en día tienen una participación decisiva propiciada por las tecnologías de la información y la comunicación (Henao, 2020).

La relación entre comunicación interna y externa radica en que ambas son relevantes para el crecimiento de una organización mientras la una contribuye con el cumplimiento de metas y objetivos compartidos como comunicación organizacional; la comunicación externa contribuye en fomentar y mantener la relación entre otros actores, como clientes, entidades locales, proveedores y sectores con los que tiene relación la organización. Comprender el contexto, abrió una nueva dimensión para la comunicación externa que busca proyectar la imagen de la organización y propiciar el relacionamiento con los públicos (Henao, 2020).

Desde el punto de vista sistémico la organización es: un todo que se debe ocupar en lograr una visión común, esto la llevar a constituirse como organización inteligente y a adoptar el pensamiento en desarrollo sistemático, debido a que la organización actúa como un sistema abierto, donde hay influencia entre un departamento y otro, y al mismo tiempo que recibe influencia del medio externo (Segredo, 2016).

2.3.5. Stakeholders internos

Autores como Wheeler y Sillanpää, (1998); Fernández, (2016) definen a los Stakeholders o grupos de interés como individuos o grupos principales conformado por los accionistas, los empleados, los consumidores, los proveedores y las comunidades locales donde opera la empresa y secundarios como los medios de comunicación, las administraciones públicas y los órganos reguladores, las organizaciones gubernamentales, los sindicatos, los competidores que son afectados, directa o indirectamente, que se ven afectados o beneficiados por la forma en que la organización busca lograr sus objetivos. Siendo los Stakeholders internos, aquellos influyentes en las actividades de la organización, incluyen a los empleados, accionistas y al consejo de directores y los de carácter especial, los cuales buscan defender sus posiciones a través de los procesos políticos y jerárquicos que se presentan en una empresa (Magallón, 2019).

2.3.6. Clima organizacional

Como clima organizacional se comprende a la existencia de un ambiente laboral positivo dentro de las empresas y grupos de trabajo, que facilita el alcance de las metas propuestas, razón por la que las empresas deben garantizar el mejor clima. Un entorno completo en las organizaciones puede comunicarse con una compañía que vincula múltiples recursos humanos y más esfuerzo; Eso significa que es mantener a los colaboradores involucrados y determinar en sus roles organizativos para desarrollar una actitud positiva hacia las tarifas que desempeñan y obtienen una conexión de compromiso extremo (Brito *et al*, 2020).

El clima organizacional está conformado por una serie de características que son relativamente estables dentro de una organización y permanentes en el tiempo, estas características varían de una organización a otra y de un departamento a otro dentro de la misma

empresa; Según Iglesias y Torres, (2018) la carencia de un clima organizacional afecta las motivaciones y el comportamiento de los miembros de una organización, sus orígenes están en la sociología, en el que el concepto de organización en la teoría de las relaciones humanas enfatiza la importancia de las personas en su destino laboral debido a su participación en los sistemas sociales.

El clima de la organización es resolver un grupo de componentes y determinantes de relacionarse o apoyar el entorno laboral, porque el clima proporciona la visión global, factible y multidimensional de la organización. Estrictamente depende de seis dimensiones, como la estructura (conciencia de las obligaciones de las normas y políticas de la sociedad), responsabilidad personal (autocontrol en actividades y responsabilidades diarias), remuneración (conciencia de la equidad en la compensación de las funciones) ", riesgos y decisiones (conciencia de riesgo y capacidad para determinar la presencia de empleados ideales) ayuda a la ayuda (el sentimiento de amistad entre los empleados) y la tolerancia a los conflictos (la creencia de que conforme a las ubicaciones individuales en el clima de la Agencia) (Vásquez *et al*, 2021).

Según (Salazar *et al*, 2021) dentro del clima organizacional sus principales comportamientos se encuentran comprendidos en que:

- Es una disciplina de ciencia aplicada relacionada con las cuestiones de práctica y objetos de para ayudar a las personas y organizaciones a alcanzar niveles de rendimiento más altos.
- Se enfoca en la identificación de diferentes situaciones de la organización para administrarlas y aprovechar al máximo la mente.
- Usa métodos científicos al construir hipótesis y generalización de la dinámica de comportamientos en las organizaciones y es responsable de verificar sus respuestas de acuerdo con la experiencia.
- Está estrechamente vinculado a diferentes campos de investigación, como la teoría de organizaciones, organización y gestión de personas o recursos humanos.

2.3.7. Organización

La comunicación efectiva permite realizar diversas funciones al interior de una empresa u organización laboral, facilitando tareas de control, información y conocimiento para la toma de decisiones y resolución de conflictos o problemas a partir de un libre entendimiento; por esta razón, en las empresas existen niveles de comunicación organizacional, siendo estas verticales y horizontales; Siendo que partiendo del sentido vertical pueden originarse direcciones, dispuestas de forma descendente y ascendente (Acosta, Pérez, Molina y Miquilena, 2021).

La comunicación descendente menciona el nivel de una organización grupal de nivel inferior, sin embargo, la comunicación reducida no siempre será oral o directamente, esto se puede hacer por escrito, que también puede ser del correo electrónico; Con respecto a la comunicación, es posible declarar que este tipo de comunicación está orientada a un nivel más alto de grupos, que se utiliza para crear actividades de retroalimentación en títulos y líderes, niveles de progreso, el logro de objetivos y al mismo tiempo expone situaciones y problemas provenientes de la Desarrollo de funciones y operaciones (Ballena y Camacho, 2019).

2.3.8. Zona de confort

En general la zona de confort es utilizada por las personas para buscar identificarse y conectarse y no para ampliar sus horizontes, las personas ante tanta incertidumbre están buscando aquello que permita disminuir el grado de incomodidad que le genera su entorno (Bianco, 2018).

2.3.9. Características del clima organizacional

Según Meng y Berger, (2019) han confirmado el fuerte impacto que la cultura organizacional y el desempeño del líder, que a su vez mejora o perjudica la percepción, compromiso, confianza y satisfacción laboral de los profesionales; Se reveló los significativos efectos mediadores conjuntos del compromiso y la confianza en el trabajo de los profesionales satisfacción, cuando la cultura organizacional de apoyo y el excelente desempeño del líder son logrados. Se manifiesta la existencia de una similitud verdadera muy enérgica entre la gestión

de la comunicación interna y el clima organizacional, la cual pretende una correlación significativa entre la comunicación interna y los siguientes aspectos: el grado de estructura y su influencia en el puesto; consideración, entusiasmo y apoyo; recompensar la orientación y la orientación para el desarrollo y promoción en el trabajo (Charry, 2018).

Uno de los factores que influye sobre la satisfacción laboral es el clima organizacional, un conjunto de propiedades medibles del ambiente de trabajo que son percibidos por las personas que trabajan en ella e influyen su motivación y comportamiento (Ahmed, Khan, & Butt, 2012). El clima organizacional tiene una influencia excepcionalmente fuerte en las prácticas de los trabajadores, por lo que se considera que el clima organizacional y el liderazgo organizacional (administración) de alguna manera necesita desempeñar un papel más importante en el apoyo y promover actividades de intercambio de conocimientos, experiencias y de apoyo, a través de la comunicación considerando los elementos organizacionales y sus interacciones cuando comprender y fomentar el comportamiento de intercambio (Al-Kurdi, El-Haddadeh, y Eldabi, 2020).

2.3.10. Departamento de relaciones públicas

Las relaciones públicas han experimentado un cambio en el mundo organizacional, pues se ha pasado de la ignorancia y el irrespeto a un rol protagónico donde cada empresa realiza acciones internas y externas novedosas para diferenciarse de la competencia, posibilitando la teoría, la estrategia y con el propósito de consolidar y mantener líneas de información que permitan la creación de entendimiento, aceptación, cooperación, memoria y reputación de voz deseada con su audiencia (Fajardo y Nivia, 2016).

El departamento de relaciones públicas conformado por un equipo de trabajo se encarga de mantener las relaciones entre organizaciones y sus públicos; Es así que las relaciones públicas tienen por objeto persuadir a sus públicos mediante métodos éticos y veraces, que difiere mucho con manipular y hacer propaganda. Las relaciones públicas se conocen como una forma de gestión de la comunicación que busca influir sobre las percepciones y sentimientos que tienen las personas sobre la empresa y sus productos, de una forma no pagada; Es considerado un

proceso de comunicación estratégica que construye y mantiene la relación entre una organización y sus públicos (Toledo, 2019).

2.3.11. Jefe de departamento de relaciones públicas

La actividad profesional de las relaciones públicas o como actualmente se denomina comunicación estratégica juega, cada vez más, un papel importante dentro del mundo de los negocios y administración pública, en definitiva, de toda la estructura social; Si bien es cierto son pocos los que conocen a profundidad en qué consiste esta disciplina tan propia de los países anglosajones y de tan limitado conocimiento en nuestro país. La práctica de las relaciones públicas permite a las empresas poner a disposición de todos los públicos a los públicos a los que se dirigen los valores de misma, con una doble intención, primero ser conocidas y segundo ser valoradas, alcanzando prestigio deseada (Fajardo y Nivia, 2016).

2.3.12. Departamento de comunicación

El Departamento de Dirección de Comunicación el cual está encargado dentro de la empresa en diseñar la estrategia, la táctica y el control a través de modelos estáticos que les permite ver la realidad de la misma ya que una empresa u organización, funciona como un sistema en el que, existen componentes, elementos, la estructura y el funcionamiento de dicho sistema (Davila y Arseluz, 2019).

2.3.13. Dircom

Dircom es responsable del diseño y gestión de las políticas de comunicación empresarial de las organizaciones para crear un ecosistema de estados de opinión que beneficien a sus grupos de interés, así como sus relaciones de confianza a largo plazo con sus entidades internas y externas. presentó las claves para estructurar e implementar un modelo de organigrama de gestión de medios, teniendo en cuenta que un líder es un estratega de comunicación y comportamiento, un estratega de reputación, para lograr la confianza de todos los públicos, el

bien común de todos y un director que solo trabaja sobre el discurso de la comunicación ya no sirve. La gestión eficaz del departamento de comunicaciones requiere que dircom se encuentre en el más alto nivel de gestión funcional, informando directamente a la alta dirección y al comité ejecutivo para realizar tareas de asesoramiento del personal interdepartamental y obtener una visión general de la organización y la estrategia de la empresa y planes de negocio, donde los planes de comunicación deben estar alineados (Matilla *et al*, 2018).

2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de información

2.4.1. Tipo de investigación

El estudio presenta las cualidades de un tipo de investigación basada en la obtención de resultados cualitativos, debido a la calidad de las actividades, relaciones y herramientas en el problema estudiado.

2.4.2. Método de investigación

2.4.2.1. Método Teórico

Con la finalidad de obtener un alcance en cuanto a conocimientos se aplicaron un conjunto de pasos, que permitieron recopilar la información necesaria sobre aspectos relevantes a lo largo de la investigación.

2.4.2.2. Método Teórico

Con la finalidad de obtener un alcance en cuanto a conocimientos se aplicaron un conjunto de pasos, que permitieron recopilar la información necesaria sobre aspectos relevantes a lo largo de la investigación.

2.4.2.3. Método deductivo

Aplicado en el desarrollo de la problemática para establecer una línea clara de estudio, el

método deductivo nos permitió evaluar de lo general a lo particular.

2.4.2.4. Analítico

Se propuso un enfoque analítico en la resolución sostenible de problemas en general ha incluido el uso de procesos formales para resolver problemas.

2.4.3. Técnicas

Se usaron técnicas documentales permitieron recopilar información para enunciar teorías que sustenten el estudio. Las técnicas de campo permitieron el contacto directo con el objeto de investigación y la recolección de testimonios para obtención de resultados y encontrar respuestas a la problemática planteada.

2.4.3.1. Entrevista

La entrevista como técnica de recopilación a través de una conversación profesional, nos permitió recopilar información relevante sobre la investigación, es importante desde el punto de logros alcanzados a través de su aplicación. Dependió en gran medida del nivel de comunicación entre la investigadora y los participantes.

2.4.4. Población y muestra

La población es el grupo de personas que formará parte como objeto de estudio, por ende, se tomará en cuenta a los miembros del Departamento de Relaciones Públicas del GAD Municipal del Cantón Buena fe, el mismo que está conformado por 5 personas.

2.5. Resultados obtenidos

P1. En su departamento se realiza evaluación sobre el manejo, normas o políticas de la comunicación interna en el	Hemos llegado a la conclusión que si tienen conocimiento de las normas del clima laboral
--	--

departamento de relaciones públicas del GAD municipal San Jacinto de Buena Fe.	y que gracias a eso pueden llegar a tener un buen ambiente laboral
P2. Con qué frecuencia se realizan los estudios para gestionar los procesos de comunicación interna y clima organizacional con el personal administrativo.	La verdad que los administradores se olvidan de realizar las evaluaciones pertinentes para conocer el clima laboral en la que trabajan sus empleados.
P3. Que medida cree usted que la gestión de los procesos de comunicación interna influye en el clima laboral.	En las medidas se debe tener que un buen ambiente laboral para poder gestionar un buen ambiente y que todos los objetivos se cumplan.
P4. Existe algún buzón de sugerencia para el personal en su departamento para dar su opinión de calidad y funcionamiento.	No existen buzones para los empleados, y eso provoca de una u otra manera molestia en los trabajadores del departamento e institución en general.
P5. De qué manera se gestiona la comunicación interna para solucionar los conflictos laborales que se presentan en el ámbito interno del departamento.	Desde el punto de vista de nosotros los trabajadores la gestión laboral se puede mantener imparcial, para que tal sea solucionada en cualquier ambiente laboral.

2.5.1. Situaciones detectadas

Durante el transcurso de la elaboración de la investigación se logró detectar varias situaciones que inciden en la comunicación interna, afectando al clima organizacional del departamento de Relaciones Publicas del GAD Municipal San Jacinto de Buena Fe, las mismas que a continuación serán descritas:

- La comunicación interna que mantienen dentro del departamento de Relaciones Publicas del GAD Municipal San Jacinto de Buena Fe, es buena hasta cierto momento, sin embargo, existen varias ocasiones que esta comunicación crea un desagradable clima laboral.
- No existe un buzón de sugerencias donde el personal pueda dar sus opiniones o recomendaciones para la mejora de los procesos dentro de departamento. Esto molesta a los trabajadores sin duda alguna.
- Dentro del departamento existen 5 personas, las cuales 2 de ellas se sienten superior a los demás, haciendo que el clima organizacional se vea afectado. Suelen comportarse de una manera poco profesional desvinculándose del trabajo en equipo.
- No se realizan las evaluaciones periódicas como manda las leyes de la empresa con el fin de gestionar los procesos de comunicación interna y clima organizacional con el personal administrativo.

2.5.2. Soluciones planteadas

Luego de haber enlistado las situaciones que se detectaron en el transcurso de la investigación, es el turno de las posibles soluciones que se le puedan brindar a las mismas con el fin de que exista una asertiva comunicación interna y un clima organizacional favorable para todos los miembros del departamento.

- Las personas no siempre se encuentran emocionalmente bien, hay que comprender cuando alguna persona tenga sus ratos malos, la paciencia es el mejor aliado. Claro siempre y cuando este no falte el respeto a nadie dentro del departamento de Relaciones Publicas del GAD Municipal San Jacinto de Buena Fe

Que entre los mismos trabajadores elaboren un buzón de sugerencias para que puedan opinar sobre temas que favorezcan a la empresa.

- Aplicar dos tipos de diálogos de carácter urgente, donde primero se converse con las dos personas que están procediendo de manera equivocada dentro del departamento y la otra con todos los 5 trabajadores, la finalidad de esta será llegar a buenos términos para que mejore el clima organizacional entre ellos.
- Dar aviso a la persona con más jerarquía en la empresa para que coordine sobre estas evaluaciones que no están siendo atendidas como deberían. Es importante que el personal administrativo realice este tipo de procedimientos para conocer el ambiente laboral en el que están trabajando su personal.

2.6. Conclusiones y recomendaciones

2.6.1. Conclusiones

- Luego de haber realizado la presente investigación se llegó a la conclusión que la comunicación interna es fundamental para la organización efectiva en un grupo de trabajo, además que favorece a la resolución de conflictos y trabajo en equipo.
- Que el mantener constantemente a los miembros de un departamento informados de sobre las políticas, normativas y decisiones que se tomen en la organización, promueve la seguridad y positivismo dentro de los miembros de trabajo.
- En los resultados de las entrevistas aplicadas a los miembros del departamento de relaciones públicas se pudo evidenciar, que la comunicación interna suele ser buena y a la misma vez mala por ciertas personas que mantienen actitudes equivocadas, haciendo que el ambiente laboral sea algo desagradable, a la misma vez que no existe un buzón de sugerencia provocando incomodidad en los miembros.

2.6.2. Recomendaciones

- Mantener siempre una comunicación interna asertiva y efectiva es primordial, ya que ayudará mucho en el trabajo en equipo, las relaciones entre ellos, y los resultados favorecerán a la empresa y a los miembros en general.
- Creación de talleres informativos dentro de la misma entidad será fundamental para que los personales operativos obtengan más conocimientos sobre las normas establecidas.
- Sería muy efectivo hacer un día de integración entre todo el personal del GAD y dentro de la misma realizar juegos donde se participe por departamentos todos esto con el fin de unir relaciones entre compañeros, conocer sobre las competencias y habilidades que mantienen cada uno, quizás esto ayude a que mejore las actitudes de cada uno dentro y fuera de la institución.
- Se recomienda la elaboración de estas temáticas para futuras investigaciones, ya que será de gran ayuda para las diversas instituciones y empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Abendaño, M., y Sánchez, L. (2020). De la comunicación interna al diálogo organizacional. *Rosario Puertas-Hidalgo Mónica Abendaño Cesibel Valdiviezo-Abad*, 47.
- Acosta, M. V. P., Pérez, A. C., Molina, R. I. R., & Miquilena, D. (2021). Descripción de los niveles de comunicación organizacional. *Consensus (Santiago)-Revista interdisciplinaria de investigación*, 5(1), 76-93.
- Ahmed, N., Khan, M., y Butt, F. (2012). A Comparative Study of Organizational Climate and Job Satisfaction in Public, Private and Foreign Banks. *Asian Social Science*, 8(4), 259-267.
- Al Shobaki, M. J., Abu-Naser, S. S., Abu Amuna, Y. M., & El Talla, S. A. (2018). The Level of Organizational Climate Prevailing In Palestinian Universities from the Perspective of Administrative Staff.
- Al-Kurdi, O. F., El-Haddadeh, R., y Eldabi, T. (2020). The role of organisational climate in managing knowledge sharing among academics in higher education. *International Journal of Information Management*, 50, 217-227.
- Ameri, N. H. C., Yovera, S. E. R. Y., Ayala, A. C. N., Maza, R. M. M., & Vasquez, Y. N. H. (2020). Clima organizacional y desempeño laboral, caso: empresa Lechera Peruana. *Revista Nacional de Administración*, 11(2), e3297-e3297.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo.
- Ballena Velásquez, F., y Camacho Núñez, A. (2019). Los niveles de comunicación interna y su contribución a mejorar relaciones interpersonales de los administrativos de la Universidad de Chiclayo.
- Bianco, J. M. C. (2018). La Zona de Confort en Zygmunt Bauman: La Trampa de los Nuevos Medios de Comunicación Digital. *Sapienza Organizacional*, 5(9), 55-80.
- Brito-Carrillo, C., Pitre-Redondo, R., & Cardona-Arbeláez, D. (2020). Clima Organizacional y su Influencia en el Desempeño del Personal en una Empresa de Servicio. *Información tecnológica*, 31(1), 141-148.
- Carpio, C. R. M., y Montero, N. A. P. (2020). Gestión de Información y Gestión de Comunicación en empresas que utilizan normas de comercio seguro. *Revista Scientific*, 5(16), 20-39.

- Castro-Martínez, A., y Díaz-Morilla, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional de la Información*, 29(3).
- Cruz, E. Y. E., y Jácome, K. T. Y. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil-Ecuador.
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2020). *Comunicación interna total: estrategia, prácticas y casos*. Editorial UOC.
- Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@ cción*, 9(1), 25-34.
- Dávila Lorenzo, M., & Arceluz Vives, D. (2018). El proceso de comunicación interna en la oficina del conservador de la ciudad de Cienfuegos. *Conrado*, 14(61), 133-140.
- Fajardo, G. C., y Nivia, A. M. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la comunicación" Guía de conceptos y saberes"*. Editorial Tadeo Lozano.
- Fernandez-Anez, V. (2016, June). Stakeholders approach to smart cities: A survey on smart city definitions. In *International conference on smart cities* (pp. 157-167). Springer, Cham.
- Henaó, A. E. P. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON: Gestión-Organización-Negocios.*, 7(1), 9-25.
- Iglesias Armenteros, A. L., y Torres Esperón, J. M. (2018). Un acercamiento al clima organizacional. *Revista cubana de enfermería*, 34(1).
- Latorre, G., Dousdebés, A., González, L., y Vasco, G. (2019). Evaluación de la comunicación interna en organizaciones del sector productivo. *CienciAmérica*, 8(2), 30-58.
- Martínez-Arellano, N. A. (2018). Gestión de la comunicación interna en la Universidad Pública. El caso de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la UABC. Diagnóstico y plan de intervención. *Razón y Palabra*, 22(1_100), 837-855.
- Matilla, K., Bittencourt de Miranda, T., Compte-Pujol, M., & Oliveira, A. (2018). Divergencias en la denominación funcional de los departamentos de comunicación en España. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 22, 129-156.
- Meng, J., y Berger, B. K. (2019). The impact of organizational culture and leadership performance on PR professionals' job satisfaction: Testing the joint mediating effects of engagement and trust. *Public Relations Review*, 45(1), 64-75.

- Mogollón Caro, M. R. (2019). Stakeholders: Dinámica en la consecución de Proyectos con Responsabilidad Social Empresarial en las Organizaciones Colombianas.
- Robles, M. D. J. M. (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón y palabra*, (100), 778-795.
- Salazar-Ponce, E. G., Alvarado-Franco, D. R., & Holguín-León, G. H. (2021). Clima organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral: Caso Empresa de Seguridad Covipen. *Dominio de las Ciencias*, 7(5), 581-596.
- Segredo Pérez, A. M. (2016). Aproximación teórica a la evolución, teorías, enfoques y características que han sustentado el desarrollo de las organizaciones. *Revista Cubana de Salud Pública*, 42, 585-595.
- Sillanpää, M. (1998). The Body Shop values report—towards integrated stakeholder auditing. *Journal of Business Ethics*, 17(13), 1443-1456.
- Thompson, I. (2008). Definición de comunicación. Comunicación.
- Toledano, C. A. (2019). *Relaciones públicas 2.0.(nueva edición revisada y ampliada): Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Editorial UOC.
- Valero-Pastor, J. M., Carvajal-Prieto, M., y García-Avilés, J. A. (2019). Flujos de trabajo para el periodismo postindustrial: métodos y programas para una comunicación organizacional más ágil y transversal. *Profesional de la Información*, 28(5).
- Vásquez, J. G., López, R. R., Ayay, N. T. T., y Alvarado, G. D. P. P. (2021). Clima organizacional en el sector público Latinoamericano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1157-1170.