

**FORMULACIÓN DE MÉTODO INTERNO DE COMUNICACIÓN PARA LA  
ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE LA ESTRELLA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE COMUNICACIÓN Y  
PERIODISMO**

**JULIANA MORALES RAMÍREZ**

**ASESOR  
DIEGO ALONSO SÁNCHEZ  
COMUNICADOR SOCIAL**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
CALDAS - ANTIOQUIA  
2013**

**Tabla de contenido**

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Objetivos	10
Objetivos General	10
Objetivos Específicos	10
Impacto Científico y Tecnológico	11
Impacto Social y Económico	11
Marco Teórico	13
Clima Organizacional	15
Marca Corporativa	16
Comunicación Interna	16
Tipos de Comunicación	16
Materiales y Métodos	18
Recolección de Datos	18
Población y Muestra	18
Resultados	19
Método interno de comunicación	25
Estrategias	26
Plan de Comunicación	27
Indicadores	29

Discusión	31
Conclusiones	33
Recomendaciones	34
Agradecimientos	35
Referencias bibliográficas	36

### **Lista de tablas**

Tabla 1. Recepción de la información	20
Tabla 2. Recepción de medios	22
Tabla 3. Recepción de información sobre herramientas	23
Tabla 4. Medio a través del cual le gustaría recibir la información	24

### **Lista de gráficas**

Gráfico 1. Recepción de la información	21
Gráfico 2. Recepción de medios	22
Gráfico 3. Recepción de la información sobre herramientas	23
Gráfico 4. Medio a través del cual le gustaría recibir la información	24

## **Resumen**

El objetivo general de este trabajo de investigación es generar canales y maneras efectivas de comunicación dentro de la organización, Para llegar a esto se realizó una encuesta a una muestra representativa del público objetivos los cuales tuvieron trabajo de oficina.

En los resultados se pudo evidenciar que a los trabajadores de la organización se les debe mantener informados de los cambios y de cualquier tipo de proyecto que se realice, esto con la ayuda de diferentes estrategias que los mantenga enterados de los sucesos.

Las estrategias a realizar son parte fundamental en el proceso de transmisión de la información, partiendo del buen manejo de las estrategias y tácticas estipuladas se logrará mantener al público interno de la organización enterado de todos los procesos y proyectos que se adelantan dentro de la misma.

## **Abstract**

### **Formulation of internal communication method for mayor of the town La Estrella in Colombia.**

The overall objective of this research is to generate channels and effective ways of communication within the organization to achieve this was a survey of a representative sample of the objectives which have office work.

In the results it became clear that the workers of the organization must keep them informed of the changes and any type of project to be carried out, this with the help of different strategies to keep them aware of the events.

Strategies to make fundamental part in the process of transmission of information, based on good management strategies and tactics stipulated keep the public will be achieved within the organization aware of all processes and projects being carried out within the same.

La Alcaldía de La Estrella es una entidad del estado ubicada en el Municipio de La Estrella que cuenta con una sede administrativa CAM donde se encuentra la oficina del alcalde Juan Diego Echavarría Sánchez y algunas de las secretarías vinculadas a la labor.

También se cuenta con varias secretarías que se encuentran fuera del espacio administrativo como la Secretaría de Seguridad Social y Familia, Secretaría de Educación y Cultura y Secretaría de Tránsito y Transporte además de los entes descentralizados que son E.S.E Hospital La Estrella, INDERE, Comando de la Policía de Cabecera, Comando de la Policía Tablaza, Concejo Municipal, Defensa Civil, Estación de bomberos, Fiscalía Local, Fiscalía Seccional, Juzgado Primero Promiscuo Municipal, Juzgado Segundo Promiscuo Municipal.

Las inconformidades en materia de comunicación interna para todos los empleados de la entidad es en su mayoría por los largos trámites que tiene que hacer para comunicarse entre una secretaría y otra, el gasto inapropiado del papel, la radicación de las cartas, entre otras cuantas cosas son temas que para los empleados se volvió desde años anteriores una pesadilla a la hora de comunicarse.

La Administración Municipal cuenta con 102 empleados de planta y 309 contratistas, los cuales son empleados públicos que por sí deberían estar enterados de todo lo acontecido en las labores y proyectos que tengan que ver en el municipio se piensa realizar un método efectivo que garantice el buen flujo de la comunicación entre los empleados y que los mantenga enterados de todos los acontecimientos para que estos no solo sean receptores sino también emisores de la información, tanto interna como externamente.



La importancia de este proyecto es mantener en el mismo nivel de información a los públicos internos y externos del municipio para lograr posicionar efectivamente y de buena manera la marca administrativa de la Alcaldía.

## Objetivos

### Objetivo General

Desarrollar un método interno de comunicación para mejorar el proceso de la información entre los empleados de la Alcaldía de La Estrella.

### Objetivos Específicos

- ✓ Mejorar la comunicación entre el público objetivo.
- ✓ Intervenir la cultura, clima e imagen de la organización.
- ✓ Mejorar la manera de transmisión de la información comenzando desde adentro de la entidad.

### **Impacto científico y tecnológico**

Con la implementación de un plan de comunicación interna para la Alcaldía de La Estrella, con las características que aquí se plantean, se abre un nuevo espectro en el uso de medios y herramientas de comunicación al interior del ente administrativo, específicamente entre los públicos internos del mismo, pues se hará uso de diferentes estrategias comunicacionales digitales, las cuales se busca sean efectivas y oportunas para poner en común información entre los receptores de la información, además que se espera, se conviertan en canales de interacción y retroalimentación entre los mismos, y de estos con los que se encuentran en un nivel superior dentro de la institución.

Además, esto implica migrar de una comunicación interna tradicional, con uso de pocas herramientas, a una comunicación interna con múltiples herramientas y medios de información y comunicación, muchos de ellos basados en la web 2.0, lo que supone una evolución tanto para la entidad, como para los públicos que empezarán a usar de manera cotidiana estos medios, lo que implica el conocimiento de los mismos.

### **Impacto social y económico**

Con la implementación de este plan de comunicación interna para la alcaldía de La Estrella, se llegará de una manera más efectiva a los públicos internos de la entidad, ya que se hace de

manera más personalizada con cada uno de ellos, lo que garantiza un mayor impacto en la información que se emite para el público interno de la entidad.

Además, este proyecto migra de los medios tradicionales a medios electrónicos y nuevos medios de comunicación enmarcados dentro de la denominada web 2.0, lo que permite la optimización de recursos económicos de la entidad, pues se pasa de soportes físicos como el papel a soportes electrónicos para un alto porcentaje de la información dirigida a los públicos internos.

### **Marco teórico**

La comunicación interna es de vital importancia en una organización pues permite la construcción de una identidad empresarial, creando a su tiempo un clima de motivación para la profundización del conocimiento de la empresa, rompiendo con los departamentos estancados en materia de actividades independientes que se encuentren bloqueadas.

Además la comunicación interna permite informar a cada uno de los empleados, haciendo públicos todo tiempo de logros que algún empleado haya logrado, permitiéndoles expresarse ante cualquier persona que haga parte de la entidad sin importar cuál sea su cargo, es decir garantiza la comunicación a todas las escalas.

Para el desarrollo de esta investigación se ha avanzado en la consulta del estado de comunicación que es evidente a simple vista pero que por medio de una encuesta se espera recoger todos los datos para avanzar en el proceso y crear un método efectivo para solucionar el posible problema.

Se espera que este proceso genere buenos métodos de comunicación que quede arraigado para no se sigan generando conflictos a lo que se refiere a la transmisión de la información sino por el contrario que sigan algunas pautas que serán recomendadas.

“Los diferentes estudios realizados respecto a la comunicación interna coinciden en que la mejor forma de comunicación descendente es la relación personal, seguida muy a la par de la utilización de soportes

digitales y escritos. Por otra parte, entre las herramientas de comunicación ascendente podemos encontrar: Entrevista, programa de sugerencias, sección en el periódico interno, por correo, buzón de sugerencias, intranet.” (Muñiz, 2009)

En cualquier tipo de empresa se puede detectar varios tipos de comunicación como lo es la formal y la informal, refiriéndonos a comunicación formal a la que se “realiza siguiendo las normas jerárquicas y los puestos de mando utilizándola solo para la transmisión de ordenes o solo para lo relacionado con el trabajo.

La comunicación informal por el contrario es utilizada espontáneamente por la necesidad que tiene cualquier empleado de comunicarse sin seguir ningún tipo de canal, evitando así cualquier tipo de inconveniente y agilizando la transmisión de la información ocasionando a veces la obtención de información adicional.” (Esther, 2009)

Además de cualquier manera de comunicarse con un buen método se puede evitar a cabalidad cualquier tipo de trasgresión a la información como lo es el rumor y el chisme ocasionando cualquier tipo de problema tanto con la marca institucional como en el clima organizacional.

“El chisme es un comentario real o no de un hecho que al comunicarlo a un número de personas se convierte en un problema social. La mayoría de los chismes tienen su picante, sus disociar, su mentira. El chisme permite que al llegar al último receptor del mensaje llegue tan distorsionado que no se pueda conocer la verdad. En el chisme el último en enterarse de lo ocurrido es el afectado.” (Viña, 2009)

“El rumor, hace parte del chisme, es la fuente que ayuda a alimentar el chisme, es una suposición, es un punto de vista de una persona sobre el hecho cierto o no. Las murmuraciones es hablar del tema que compone el chisme, es el divagar frente a un hecho, pero la murmuración puede llegar a ser el inicio del rumor y del rumor al chisme.” (Viña, 2009)

Para evitar cualquier tipo de rumor o chisme es recomendable tener canales seguros de comunicación que generen veracidad y confianza entre los empleados, transmitiendo una información transparente y efectiva de todos los aconteceres de la entidad.

Son varios los temas los que toca el manejar la comunicación interna de la organización como:

**Clima organizacional:** el cual reconocemos básicamente como el ambiente que se maneja en la organización con respecto a los empleados, este se mide con encuestas que determinan el ambiente de la organización y las relaciones entre los empleados.

“El clima organizacional es el resultado de la interacción de la conducta de las personas y los grupos, los conflictos, estilos de liderazgo, le estructura de la organización y la comunicación” (Botero, 2008)

**Marca Corporativa:** “La marca, en sí misma, es un nombre o un logo que contiene una gran variedad de mensajes y simbolismos reconocidos por los consumidores y que en definitiva constituyen su principal fortaleza en el momento de la evaluación por parte de los clientes. Esto

se traduce en que la marca es una promesa o un contrato entre las organizaciones y los consumidores. Considerando los conceptos clásicos sobre marca, conocimiento, preferencia, y reputación, es imprescindible destacar cuatro elementos básicos ingredientes de una marca: identidad de la marca, posicionamiento, atributos y beneficios y arquitectura.” (Abó, 2012)

**Comunicación Interna:** La comunicación interna se refiere a la transmisión de la información que se da entre el público interno de las organizaciones, la cual si es utilizada efectivamente ayudará al trabajo eficiente de la entidad, llevando a la organización a tener una buena reputación ante el público externo, además de construir confianza dentro de la organización, informar a cada empleado, hacer públicos los logros, permitir la libre expresión promoviendo la comunicación en todas las direcciones.

**Tipos de comunicación organizacional:**

- **Comunicación descendente:** Se da cuando los niveles superiores de la organización se dirigen a los niveles inferiores, refiriéndonos no solo a la comunicación que se da desde los gerentes hacia los empleados, sino también desde los directivos utilizando herramientas como: carteleras, boletines, cartas, reuniones,, entrevistas, entre otras.
- **Comunicación ascendente:** la que se da desde los niveles más bajos de la organización hasta los más altos por medio de canales formales y solo a lo que se refiere a trabajo, brindando retroalimentación a sus superiores, permitiendo la participación entre los empleados, incrementando las decisiones de los altos ejecutivos y mejorando el



conocimiento de los subordinados, utilizando herramientas como: las entrevistas, buzón de sugerencias, correo y la intranet.

- **Comunicación horizontal:** se da entre los mismos niveles jerárquicos evitando los rumores y permitiendo los lazos de confianza entre los empleados administrativos.
- **Comunicación diagonal:** Se da entre miembros de departamentos que se cruzan.

En las entidades públicas o del estado se presenta con gran medida la falta de comunicación entre sus empleados tal vez por el roce de partidos políticos o creencias que influye en su participación en grupo con el resto del personal, además de la falta de recursos tecnológicos que facilite la llegada de la información a cada uno de los empleados de la entidad.

El proceso constante de cambio entre administraciones y entidades públicas luego de cumplir los cuatro años de mandato de los alcaldes municipales no solo repercute en la figura representativa que ha terminado su labor si no en todo el personal que con el cambio constante va y viene, desestabilizando el clima y la cultura organizacional afectando los procesos que se vienen trabajando durante el periodo.

## **Materiales y Métodos**

Se realizó un estudio sobre la situación que presenta la Alcaldía de La Estrella con la ayuda de una encuesta resulta 70 empleados de la entidad que realizan trabajos de oficina.

Los resultados fueron analizados y estudiados con la ayuda de las investigaciones realizadas anteriormente sobre los conceptos que tienen que ver con lo respectivo a la investigación.

### **2.1: Recolección de datos**

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta como herramienta metodológica cuantitativa (*ver anexo 1*)

### **2.2: Población y Muestra**

La población a investigar es el público interno de la organización entre empleados de planta y contratistas de la Alcaldía de La Estrella a quienes se les entregó una encuesta para determinar el flujo de la información y la efectividad en la transmisión de la información.

## Resultados

Análisis de los datos arrojados en la encuesta para determinar en qué nivel se encuentra la comunicación interna de la Alcaldía de La Estrella

Las preguntas realizadas fueron:

### 1. ¿Recibe usted información de la Alcaldía de La Estrella?

Al recibir los resultados se evidencio que si bien casi la mitad de los encuestados recibe información sobre los proyectos que se realizan dentro de la Alcaldía de La Estrella, pero la otra mitad no tiene acceso a la información porque no poseen correo institucional, las carteleras no contienen la información suficiente ni actual y no se saben el URL de la página institucional.

**Tabla 1. Recepción de la información**

<b>OPCIONES DE RESPUESTA</b>	<b>NÚMERO DE ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE DEL RESULTADO</b>
SI	34	48.5%
NO	36	51.4%

Fuente: Alcaldía de La Estrella

**Gráfico 1. Recepción de la información**



Fuente: Alcaldía de La Estrella

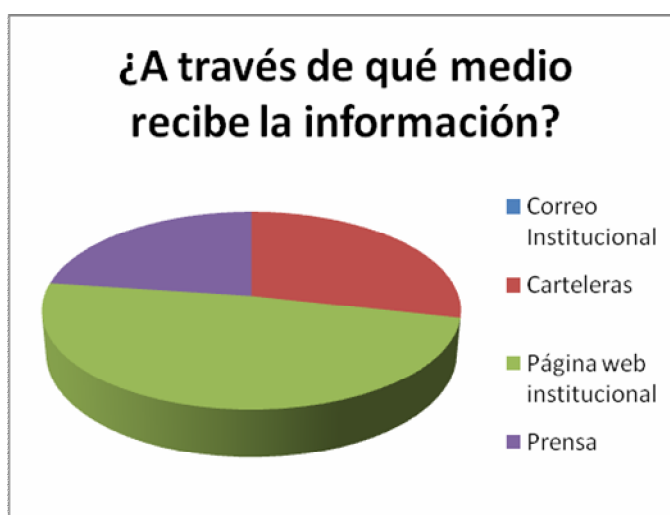
## **2. ¿A través de qué medio recibe la información?**

Se debe implementar el manejo del correo institucional para facilitar la comunicación entre los empleados de la entidad y para la recepción de la información aumentando el conocimiento en cada uno de los funcionarios de todas las labores que se realizan en la organización, además de esto las carteleras se deben actualizar considerando un tiempo prudente que mantenga a los empleados y al público externo informado adecuadamente.

**Tabla 2. Recepción de medios**

<b>OPCIONES DE RESPUESTA</b>	<b>NÚMERO DE ENCUESTADOS</b>
CORREO INSTITUCIONAL	0
CARTELERAS	20
PÁGINA WEB INSTITUCIONAL	34
PRENSA	16

Fuente: Alcaldía de La Estrella

**Gráfico 2. Recepción de medios**

Fuente: Alcaldía de La Estrella

### 3. ¿Considera adecuado el medio por el que recibe la información?

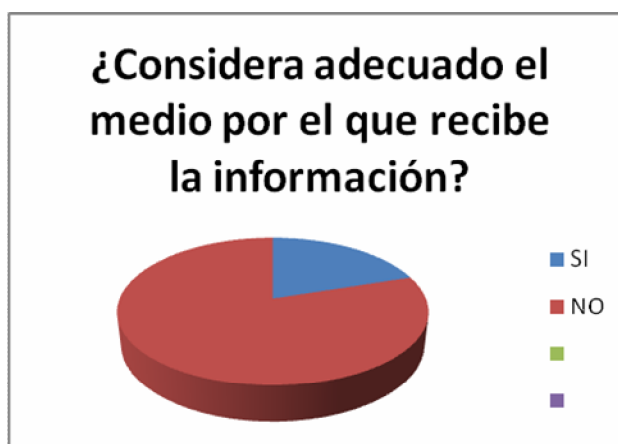
El público objetivo no se encuesta de acuerdo pues consideran que se deben implementar el uso de los medios tecnológicos para el ahorro del papel y para la eficiencia de la labor.

**Tabla 3. Recepción información de herramientas**

OPCIONES	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	20%
NO	56	80%

Fuente: Alcaldía de La Estrella

**Gráfico 3. Recepción información de herramientas**



Fuente: Alcaldía de La Estrella

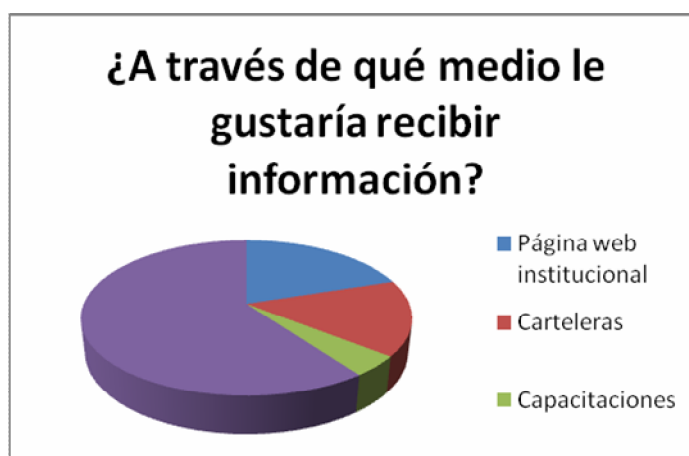
#### 4. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información?

**Tabla 4. Medio a través del cual le gustaría recibir información**

OPCIONES	No. PERSONAS
PÁGINA WEB INSTITUCIONAL	14
CARTELERAS	11
CAPACITACIONES	3
CORREO INTERNO	42

Fuente: Alcaldía de La Estrella

**Gráfico 4. Medios a través de los cuales les gustaría recibir la información.**



Fuente: Alcaldía de La Estrella

La importancia de este trabajo de investigación radica en encontrar y crear un método que mejore la comunicación interna en la organización, facilitándole a los empleados la llegada de esta misma por canales actuales que resuelva el querer de los funcionarios que se dio a conocer por medio de la encuesta realizada y así aumentar el éxito de la labor tanto interna como externamente pues si se mantiene al público interno informado, ellos servirán en el futuro como medio de información para cada una de sus comunidades.



### **Método de comunicación interna para la Alcaldía del municipio de La Estrella**

La Alcaldía Municipal de La Estrella, cuenta con la Secretaría General en cabeza de la secretaria general Sandra Mejía, en ella se encuentra a su cargo varias ramas de trabajo entre ellas la oficina de comunicaciones que cuenta con un profesional universitario en comunicaciones en cabeza de Nelson Mario Murillo, un practicante y dos comunicadores más vinculados como contratistas que realizan trabajo de campo y de oficina.

Los trabajos que se llevan a cabo dentro de la oficina de comunicaciones estar en contacto con los públicos internos y externos de la Administración, dando principalmente a conocer toda la labor que se realiza dentro de esta poniendo en común toda la información entre la localidad y los empleados oficiales.

Todas las labores de comunicación se hacen teniendo en cuenta la Política de Calidad de la Alcaldía de La Estrella y su Plan de Desarrollo “Una ciudad que avanza... de verdad” la cual está encaminada a la calidad de vida, política social incluyente, Desarrollo social incluyente y participativo, buen gobierno una apuesta por la transparencia, medio ambiente sano y protegido, infraestructura para el desarrollo económico, desarrollo económico para todos.

La Alcaldía de La Estrella cuenta con una muy buena labor realizada en cuanto a medios de comunicación pues se tiene un gran índice de anuncios y de notas sacadas en prensa y en televisión como: Ciudad Sur, El Informativo, Teleatioquia, Telemedellín, Q’hubo, El Colombiano, El mundo entre otros, esto convirtiendo en la alcaldía de La Estrella y en el municipio en si un lugar reconocido por toda la ciudad.

Pero dentro de la organización no pasa lo mismo en materia de la llegada de la información a cada uno de los empleados. La Estrella ha aumentado velozmente en los últimos años de manera evolutiva, creando grandes obras de infraestructura para vivienda y para trabajo, es por esto que La Estrella cuenta con muchos más habitantes y por ende la contratación en la Alcaldía de La Estrella ha llegado hasta el doble a comparación de años anteriores, por eso y por otras razones más se debe mejorar la comunicación interna de la administración porque cada uno de los empleados se convierte tanto en receptores como emisores de la administración favoreciendo o al contrario a la misma organización.

#### **4.1: Estrategias**

- Realizar un boletín de prensa diario con la información de cada una de las secretarías, dependencias y entes descentralizados haciendo registro fotográfico para acompañar a cada uno de estos.
- Mantener al público interno y externo de la Alcaldía de La Estrella informado por medio de la página web de la administración utilizando la información creada en los boletines de prensa
- Crear un usuario interno para cada uno de los empleados.
- Mantener diariamente informado por medio de la intranet a todos los empleados, con los boletines de prensa.
- Mantener actualizadas las carteleras, modificándolas cada ocho días utilizando los mismos boletines y la programación que tenga cada una de las secretarías y los entes descentralizados.

- Realizar mensualmente campañas para mejorar la comunicación interna de la organización, fortaleciendo el clima, la cultura y la marca de la entidad.
- Realizar un boletín mensual donde en cada oportunidad se dé a conocer la labor que se hace en cada una de las secretarías y los entes descentralizados, dando a conocer cifras comparativas y logros realizados.

#### 4.2: Plan general de comunicación estratégica

Para llevar a cabo el método a implementar para la comunicación interna de la Alcaldía de la Estrella se realizará así:

ORDEN	DESCRIPCION DE LA FASE	RESPONSABLE	PLAZO
1	Crear un usuario interno para cada uno de los empleados.	Oficina de Sistemas y Comunicaciones	1 semana
2	Realizar un boletín de prensa diario con la información de cada una de las secretarías, dependencias y entes descentralizados haciendo registro fotográfico para acompañar a cada uno de estos.	Oficina de comunicaciones	1 mes

3	Mantener diariamente informado por medio de la intranet a todos los empleados, con los boletines de prensa.	Oficina de comunicaciones	1 mes
4	Mantener actualizadas las carteleras, modificándolas cada ocho días utilizando los mismos boletines y la programación que tenga cada una de las secretarías y los entes descentralizados.	Oficina de comunicaciones	1 mes
5	Realizar un boletín mensual donde en cada oportunidad se dé a conocer la labor que se hace en cada una de las secretarías y los entes descentralizados, dando a conocer cifras comparativas y logros realizados.	Oficina de comunicaciones	4 meses
6	Mantener al público interno y externo de la Alcaldía de La Estrella informado por medio de la página web de la administración utilizando la información creada en los boletines de prensa	Secretaría General	1 mes

7	Realizar mensualmente campañas para mejorar la comunicación interna de la organización, fortaleciendo el clima, la cultura y la marca de la entidad.	Oficina de comunicaciones	4 meses
---	--	---------------------------	---------

Fuente: El autor

### 4.3: Indicadores plan de comunicación Municipio de La Estrella

Para el Plan de Comunicación Interna de la Alcaldía de La Estrella estableceremos los siguientes indicadores:

- Tener cuenta cada semestre los plazos previstos para el cumplimiento de las metas, evaluando el impacto en la respuesta del proyecto.

#### Denominación operacional y/o funcional:

# De actividades ejecutadas dentro del tiempo establecido **X 100**

# De actividades totales presupuestadas sobre el tiempo establecido

**Responsable de generar los datos:** Oficina de Comunicaciones

Se tendrá presente diariamente el plan de comunicaciones para la ejecución y la planeación de cada una de las actividades a realizar, teniendo como meta la realización de todas las estrategias sin ningún tipo de interrupción y cumpliendo las metas propuestas.

Los resultados arrojados luego de hacer el análisis de los datos determinaran las fallas o el cumplimiento de las actividades acordadas en el plan de comunicaciones que se había presupuestado.

## Discusión

Como referencia internacional se encuentra una investigación realizada en España llamada “Comunicación Interna en Administraciones Públicas Españolas” por el Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa como una aportación a la investigación y desarrollo de la comunicación interna.

En su investigación podemos detectar cuáles son las diferencias entre la comunicación interna en las empresas públicas y privadas. Desde allí se pudo detectar que menos de la mitad de las organizaciones públicas tenían un plan de comunicación interno que facilitara los procesos en la transmisión de la información y acelerara y unificara tanto la comunicación interna como externa, siendo este un canal donde los empleados internos son los principales emisores de la información con el resto de la comunidad.

Otro problema que fue detectado en dichas organizaciones del país de España y que en nuestro País también se evidencia es que en las entidades no se tiene buenos recursos humanos ni tecnológicos para el área de comunicaciones y ubicando al área entre los procesos de recursos humanos, partiendo allí del principio del problema.

Los resultados de la investigación dieron a conocer que los canales de comunicación más utilizados dentro de las organizaciones son las carteleras y las cartas, pero evidentemente quedo demostrado que a los encuestados les gustaría utilizar más las nuevas tecnologías facilitando el acceso a la información.

“La intranet es la herramienta de comunicación más utilizada con una media de 5,37 sobre 7, seguida del tablón de anuncios y del teléfono de información, con medias de 5,16 y 4,52 sobre 7 respectivamente. Se manifiesta así la gran aportación de las nuevas tecnologías al desarrollo de la comunicación interna, que se complementa con el apoyo de los canales tradicionales para mejorar la agilidad de los procesos de comunicación y facilitar el acceso a todos los usuarios. En el desarrollo de la intranet observamos que un 33% de las Administraciones cuentan ya con un portal del empleado, si bien su tendencia va en aumento. Entre los contenidos más valorados se encuentran los anuncios de vacantes y promoción interna junto con los planes de formación, con una media de 6,56 y 6,47 sobre 7 respectivamente. Entre los menos desarrollados se encuentran las noticias personales con una media de 4,50 sobre 7.” (Cabanas, 2003)

Los estudios demuestran que las entidades públicas se encuentran un paso atrás con respecto a las entidades privadas las cuales mantienen la comunicación interna como proceso importante dentro de la organización.



### **Conclusiones**

- La ejecución de las estrategias a realizar para mantener y subir de nivel la comunicación interna de la organización es de vital importancia para la imagen interna y externa de la entidad.
- Los plazos estipulados se establecieron con el fin de en poco tiempo mejorar los aspectos desfavorables de la Alcaldía de La Estrella, logrando los objetivos.
- La Alcaldía de La Estrella cuenta con el doble de funcionarios con respecto a años anteriores es por esto que se debe atacar lo más pronto posible todos los frentes del problema ejecutando tanto las estrategias para comunicación interna como las de clima organizacional.

Con la ejecución de todas las actividades propuestas se mantendrá un nivel de trabajo cómodo y agradable en la organización, teniendo una buena imagen para el público interno, los habitantes de la localidad y a través de los medios de comunicación para el resto de la ciudad.

### **Recomendaciones**

Se recomienda mantener el plan estratégico de comunicaciones utilizando todos los medios de comunicación para difundir toda la información generada desde La Alcaldía de La Estrella y sus entes descentralizados, teniendo como objetivo que la realización de cada una de las estrategias a ejecutar no solo servirán al interior de la entidad, sino que mejorara la calidad del trabajo y se dará a conocer con mejor eficiencia los procesos que se realizan dentro de la organización.

Recomiendo crear un manual de crisis para cualquier tipo de imprevisto como una muerte, enfermedad, cambios sísmicos, negocios graves, o cualquier situación difícil o complicada que ponga en riesgo al trabajador público.

Recomiendo la creación de un manual de marca e identidad corporativa que permita normalizar el manejo de la imagen gráfica de la entidad orientando a los miembros de la empresa a hacer un buen uso de esta siguiendo algunas normas obligatorias para manejar una coherencia en la imagen visual ayudando al reconocimiento y el posicionamiento de la Administración municipal.

### **Agradecimientos**

Después de pasar este tiempo de aprendizaje y arduo trabajo en la oficina de comunicaciones de La Alcaldía de La Estrella, quiero agradecer muy especialmente al señor alcalde municipal Juan Diego Echavarría Sánchez, a Nelson Murillo Profesional Universitario, a Sandra Mejía secretaria general, encargados de la oficina de comunicaciones de dicha organización, a Diego Alonso Sánchez mi asesor; por ese acompañamiento incondicional en esta etapa de mi vida, que fue indispensable para culminar mi formación como profesional, pero especialmente quiero agradecer a mi madre Clara Ramírez, mi tía María Eugenia, mi padrastro Mauricio González por ser mi apoyo y a mi hijo Samuel que es el inspirador y mi razón de ser día a día.

### Referencias bibliográficas

Abó, José (2012). Marca Corporativa y Responsabilidad Social: dos eficaces comunicadores. *Revista de antiguos alumnos de IEEM*, pp. 64-66. Recuperado el 3 de octubre de 2012, de Revista de antiguos alumnos de IEEM: [http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2012/02/marca\\_corporativa1.pdf](http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2012/02/marca_corporativa1.pdf)

Cabanas, Custodia (2003). *La Comunicación interna en la Administración Pública*. Recuperado el 7 de octubre de 2012, de La Comunicación interna en la Administración Pública: [http://www.hrcenter.org/img\\_comunes/investigacion/investigacion\\_esp/4.pdf](http://www.hrcenter.org/img_comunes/investigacion/investigacion_esp/4.pdf)

Esther. (2009). *Tiempos Modernos, Web de información y orientación laboral*. Recuperado el 13 de 8 de 2012, de Tiempos Modernos, Web de información y orientación laboral: <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-tipos-de-comunicacion/>

Muñiz Gozález, Rafael (2001). *rrppnet*. Recuperado el 24 de septiembre de 2012, de rppnet: <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm>

Viña Pardo, Oscar. (2009). *Manual de crisis en comunicación*. Recuperado el 24 de septiembre de 2012, de Manual de crisis en comunicación: <http://fundacionlunarvi.blogspot.com/2009/11/el-rumor-o-chisme-en-la-organizacion.html>

Botero Manzur, Eduardo. (2008). *Slideshare*. Recuperado el septiembre de 25 de 2012, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/adrysilvav/1-clima-organizacional-b>

## Apéndices

Apéndice A. Encuesta de satisfacción [encuesta.pdf](#)