



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y EXTERNA Y LA DIFUSIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO (GAD) EN LA COMUNIDAD DEL CANTÓN MOCHA EN EL PERIODO DE NOVIEMBRE/2012-FEBRERO/2013.

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social.

AUTORA:

Yessica Beatriz Rocha Betancourt

TUTOR

Dr. Alex Rodrigo Tamayo Maldonado

Ambato – Ecuador

2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y EXTERNA Y LA DIFUSIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO (GAD) EN LA COMUNIDAD DEL CANTÓN MOCHA EN EL PERIODO DE NOVIEMBRE/2012-FEBRERO/2013”, de la Srta. Yessica Beatriz Rocha Betancourt, egresada de la Carrera de Comunicación Social, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 09 de Octubre del 2013

.....
Dr. Alex Rodrigo Tamayo Maldonado

TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros de Tribunal de Grado, APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y EXTERNA Y LA DIFUSIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO (GAD) EN LA COMUNIDAD DEL CANTÓN MOCHA EN EL PERIODO DE NOVIEMBRE/2012-FEBRERO/2013”, presentado por la Srta. Yessica Beatriz Rocha Betancourt, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,

Para constancia firman:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y EXTERNA Y LA DIFUSIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO (GAD) EN LA COMUNIDAD DEL CANTÓN MOCHA EN EL PERIODO DE NOVIEMBRE/2012-FEBRERO/2013”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de responsabilidad del autor.

Ambato, 08 de Octubre del 2013

.....
Yessica Beatriz Rocha Betancourt

180456802-8

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de ésta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor

Ambato, 09 de Octubre del 2013

.....
Yessica Beatriz Rocha Betancourt

180456802-8

AGRADECIMIENTO

*A Dios por la vida, la salud y la luz de cada día;
a mi madre por su infinito amor, y su ejemplo
perfecto de fuerza, lucha y perseverancia; a mi
hermana por su apoyo, paciencia y enseñanza; y
a mi tutor por su valioso conocimiento dedicado a
cada etapa de este proyecto*

Yessica B. Rocha Betancourt

DEDICATORIA

Este nuevo peldaño en mi vida se lo dedico a mi madre y a mi hermana que han sido, son y serán mi fortaleza y mi aliento en todo momento.

Yessica B. Rocha Betancourt

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PÁGINAS PRELIMINARES

Aprobación del tutor.....	ii
Aprobación del tribunal de grado.....	iii
Autoría.....	iv
Derechos de Autor.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de Gráficos.....	xi
Resumen ejecutivo.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I-EL PROBLEMA

Tema.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Contextualización.....	3
Análisis Crítico.....	7
Prognosis.....	8
Formulación del Problema.....	8
Interrogantes.....	9
Delimitación del Objetivo de Investigación.....	9
Justificación.....	10
Objetivos.....	11

CAPÍTULO II-ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Antecedentes Investigativos.....	12
Fundamentación Filosófica.....	13
Fundamentación Legal.....	13
Fundamentación Epistemológica.....	14
Fundamentación Axiológica.....	15
Fundamentación Ontológica.....	15

Técnica y actividades.....	19
Facilitación y agilización del flujo de mensajes.....	20
Logro de objetivos.....	21
Imagen institucional.....	22
Comunicación Organizacional Interna.....	24
Comunicación Organizacional externa.....	30
Emisión de mensajes a diferentes públicos.....	34
Presentación de información.....	35
Difusión.....	36
Políticas públicas.....	42
Leyes, reglamentos y normas.....	44
Responsabilidad Social Empresarial.....	47
Desarrollo socioeconómico.....	48
Autonomía.....	49
Descentralización.....	52
División Territorial Administrativa.....	55
Desarrollo Sostenible.....	56
Hipótesis.....	59
CAPÍTULO III-METODOLOGÍA	
Enfoque de la Investigación.....	60
Modalidades de Investigación.....	60
Nivel o Tipo de Investigación.....	61
Población y muestra.....	61
CAPÍTULO IV-ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
Análisis e interpretación de resultados.....	67
Verificación de Hipótesis-Chi Cuadrado.....	88
CAPÍTULO V-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones.....	92
Recomendaciones.....	93

CAPÍTULO VI-PROPUESTA

Tema.....	94
Antecedentes.....	95
Justificación.....	96
Objetivos.....	97
Fundamentación.....	98
Misión y Visión.....	101

ÍNDICE GENERAL DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I-ELPROBLEMA

Árbol de Problemas.....	6
-------------------------	---

CAPÍTULO II-MARCO TEÓRICO

Categorías Fundamentales.....	16
-------------------------------	----

Red Conceptual de la Variable Independiente.....	17
--	----

Red Conceptual de la Variable Dependiente.....	18
--	----

CAPÍTULO III-METODOLOGÍA

Operacionalización de la Variable Independiente.....	63
--	----

Operacionalización de la Variable Dependiente.....	64
--	----

CAPÍTULO IV- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Gráfico #5.....	68
-----------------	----

Gráfico #6.....	70
-----------------	----

Gráfico #7.....	71
-----------------	----

Gráfico #8.....	72
-----------------	----

Gráfico #9.....	73
-----------------	----

Gráfico #10.....	75
------------------	----

Gráfico #11.....	77
------------------	----

Gráfico #12.....	78
------------------	----

Gráfico #13.....	79
------------------	----

Gráfico #14.....	80
------------------	----

Gráfico #15.....	81
------------------	----

Gráfico #16.....	83
------------------	----

Gráfico #17.....	84
------------------	----

Gráfico #18.....	85
------------------	----

Gráfico #19.....	87
------------------	----

CAPÍTULO VI-PROPUESTA

Organigrama.....	102
------------------	-----

Red de Inclusiones Conceptuales.....	103
--------------------------------------	-----

Modelo Operativo.....	111
-----------------------	-----

Recursos.....	112
Presupuesto.....	113
BIBLIOGRAFÍA.....	114
ANEXOS.....	118
Anexo #1.....	119
Anexo #2.....	120
Anexo #3.....	121

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y EXTERNA Y LA DIFUSIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO (GAD) EN LA COMUNIDAD DEL CANTÓN MOCHA.

AUTORA: Yessica Beatriz Rocha Betancourt

TUTOR: Dr. Alex Rodrigo Tamayo Maldonado

RESUMEN

La comunicación organizacional a través del tiempo se ha convertido en un factor latente en las instituciones, y aunque su nombre se haga presente por el mismo hecho de pertenecer a una organización, muchas veces no ha sido considerada como un elemento relevante hasta cuando se presenta un problema de comunicación en la organización en relación con el público externo. Es por ello que el proyecto ejecutado pretende indicar que la comunicación, y en este caso la comunicación organizacional, es un factor importante que dirige las relaciones entre elementos internos y externos de las entidades, es decir, entre empleados de la institución y pobladores del lugar. En el período comprendido Noviembre 2012-Marzo 2013 se investigó a 65 individuos que conforman el GAD y 336 personas que conforman parte de la población del Cantón Mocha, quienes mencionaron en la encuesta realizada, que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha necesita mejorar su sistema de comunicación interna y externa para con los usuarios. En términos generales, la existencia de un Departamento de Información Institucional, responde a ser el medio indicado para la Comunicación Institucional y busca los medios adecuados para que los datos de información y cualquier tipo de comunicación sea de calidad y colaboren a la transformación la realidad.

Descriptor: Comunicación Organizacional Interna, Políticas Publicas, Gobierno Autónomo Descentralizado, Departamento de Información.

INTRODUCCIÓN

La Comunicación Organizacional se ha convertido en una herramienta relevante y eficaz en las instituciones, que no solo se dirige a los entes internos de la institución sino también a los entes externos. Por lo tanto la correcta aplicación del término Comunicación Organizacional se refleja en las relaciones entre empleados y usuarios.

El análisis a fondo de cómo se debe aplicar la comunicación organizacional permite a las autoridades de la institución utilizar, desde su propio contexto, herramientas que permitan establecer una red de comunicación interna y externa, y la fusión comunicativa de ambas.

Se debe tomar en cuenta que la Comunicación Organizacional, muy aparte de la comunicación en general, es el tipo de comunicación que se emplea y se orienta a la comunidad y su beneficio.

Para la facilitación de la presente investigación, está estructurado por capítulos.

En el primer capítulo denominado El Problema se desarrolla: Las contextualizaciones maso, meso y micro que hace una revisión general tanto en el ámbito nacional, provincial y cantonal, respectivamente. Además, incluye el árbol de problemas, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes, delimitación y justificación de la investigación.

El Capítulo II, Marco teórico de la investigación menciona los antecedentes investigativos; además de la Fundamentación Filosófica enmarcada en el paradigma crítico propositivo, también consta de la Fundamentación Legal basada en la Constitución Política del Ecuador, en base a artículos relacionados con la comunicación. A esto lo sigue la Re conceptual, hipótesis y señalamiento de las variables de la investigación.

El Capítulo III presenta la metodología, además se muestra las técnicas e instrumentos, población y muestra con la que se trabajará, la investigación de campo, y la correspondiente operacionalización de variables.

En el Capítulo IV, señalado como Análisis e Interpretación de Resultados contiene el análisis cuantitativo de los resultados, mediante tabulaciones, gráficos y cuadros estadísticos.

En el Capítulo V se presenta las conclusiones y recomendaciones del proceso investigativo y de las herramientas utilizadas las cuales se tomarán en cuenta para el planteamiento de la propuesta.

En Capítulo VI La Propuesta, se concluye con el proceso investigativo, donde se encuentran datos importantes sobre la estructura e implementación de una Departamento de Comunicación Institucional.

Finalmente, se anexa la bibliografía, fotos y las encuestas que se aplicaron en la investigación de campo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema de investigación

“La Comunicación Organizacional Interna y Externa y la Difusión de Políticas Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013”.

Planteamiento del Problema

Contextualización

Macro

Después del levantamiento popular en Ecuador el 28 de Mayo de 1944, las autoridades decidieron renovar las esferas gubernamentales en el aspecto administrativo, político, económico, educacional y social. Lo que llevo a la creación de Alcaldías Municipales en las principales capitales de provincia. Los Municipios se crearon como organismos administrativos para cuidar por el bienestar del pueblo, atendiendo a los problemas y necesidades de los habitantes de las ciudades. Cuando se los crearon, en principio fueron considerados “representación del pueblo”, porque eran integrados con ciudadanos llamados a defender sus intereses. A pesar de las situaciones que en ciertos momentos pusieron en duda la calidad del funcionamiento de los Municipios, su importancia y autonomía jamás declinaron y siempre los Municipios mantenían el lugar que les correspondía como defensores de los intereses de las mayorías populares.

Desde el año 2010 el Presidente de la República del Ecuador, Eco. Rafael Correa, decidió renombrar a los Municipios como Gobiernos Autónomos Descentralizados, sin embargo, sus funciones y políticas públicas continúan siendo las de un Municipio. Continuarán siendo Instituciones competitivas, amparadas por el

desarrollo institucional en pro y en beneficio de sus ciudadanos en su respectivo cantón.

Meso

La Provincia de Tungurahua ubicada en el centro del país está constituida por nueve cantones: cantón Ambato, y capital de la provincia de Tungurahua; Baños, Patate, Pelileo, Pillaro, Quero, Cevallos, Tisaleo y Mocha, todos los cantones de la Provincia de Tungurahua poseen sus Gobiernos Autónomos Descentralizados, los mismos que en su función tienen la capacidad de brindar una gestión eficiente y eficaz con las competencias de cada nivel de gobierno. Es importante conocer que cada Gobierno Autónomo Descentralizado se apoya en sus propias políticas públicas de su territorio para la elaboración de normativas, respetando la Constitución de la República del Ecuador y leyes supletorias. Estas entidades públicas tienen derechos especiales en cuanto a la institución de órganos propios, creación de servicios públicos, fijación y recaudación de impuestos, régimen de policía, etc. Entre los objetivos generales principales planteados en cada Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) se encuentran: promover, desarrollar, organizar, generar, garantizar, planificar, coordinar y contribuir; todos estos objetivos garantizan el bien común de la provincia de Tungurahua.

Al momento de hacer referencia a la comunicación en una institución, se debe tomar en cuenta que las falencias siempre van a existir, debido a que la comunidad muchas veces no cumple sus expectativas por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado. Es importante que exista un medio de comunicación procedente para la socialización de los temas, especialmente jurídico, técnico, económico, y que permitan una mejor coordinación entre las instituciones y comunidades de cada cantón.

Micro

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha es una Institución Municipal creada por ley ante la creación del el Cantón Mocha. Su objetivo principal

es dar atención, principalmente, en la provisión de servicios básicos como: agua potable, alcantarillado, obras públicas, etc.; actividades que se realizan a través del trabajo en conjunto del Alcalde, Eco. Cipriano Ocaña, concejales y el personal interno de la entidad. No obstante, el trabajo en equipo no siempre es suficiente cuando la atención está dirigida a un grupo grande de pobladores como es el del Cantón Mocha. Por esta razón, se plantea, que los problemas son parte de un proceso de trabajo. Los reclamos provenientes de la comunidad hacia el Gobierno Autónomo Descentralizado de Mochas, suscitan por ciertas insatisfacciones y mala información o asesoramiento que los pobladores reciben; razón por la cual y tomando en cuenta el nivel del problema, se coordina reuniones con los directivos de los diferentes sectores del cantón y, a través de ellos, se llega con un mensaje a cada una de las secciones. A menudo se informa que las decisiones tomadas por las autoridades se apoyan en un nivel institucional y se basan específicamente en lo que dispone el ordenamiento legal vigente.

Para iniciar un proceso de información y elegir el medio de comunicación adecuado en el cantón, se toma en cuenta el tipo de información que va a ser compartido con los pobladores. Por consiguiente y como muestra de lo mencionado se explica que el Código Orgánico de Organización Territorial, Administración y Descentralización (COOTAD), establece que cada actualización de información está proyectada como un procedimiento que se da a conocer, principalmente, por publicaciones a través de la prensa escrita de la provincia de Tungurahua. Sin embargo, también se debe fortalecer más la fijación de carteles alrededor del lugar y spots publicitarios en los medios con los cuales que tiene un contrato, aunque aun tengan que ser reforzados cada uno en su tipo, no cabe duda que son alternativas correctas para mantener un ámbito de comunicación adecuado entre el Gobierno Autónomo Descentralizado y la comunidad del cantón Mocha.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

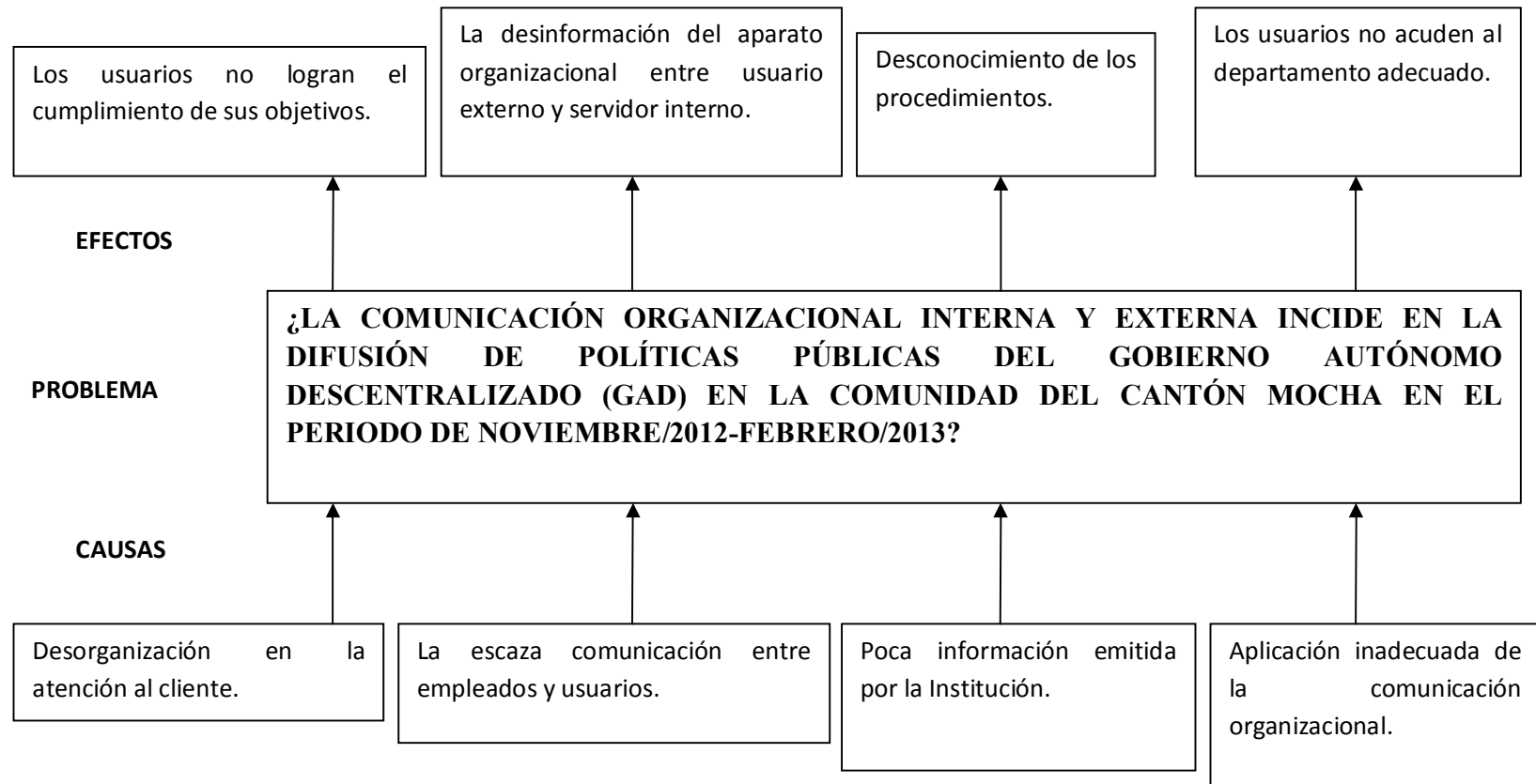


Gráfico # 1

Elaborado por: Yessica Rocha B.

ANÁLISIS CRÍTICO

La comunicación organizacional y la manera correcta de ser utilizada se refleja en las relaciones de la empresa y sus públicos, por lo tanto, la desorganización en la atención al cliente se convierte en una causa para que los usuarios no logren el cumplimiento de sus objetivos. Por lo tanto, no se encuentran a gusto con los servicios brindados.

El ámbito donde se desarrolla toda clase de actividad entre el servidor y usuario debe ser comunicativo, consecuentemente, la escasa comunicación entre empleados y usuarios es la causa de la desinformación del aparato organizacional entre usuario externo y servidor interno.

Una entidad que ejerce para una comunidad debe aplicar las alternativas adecuadas para transmitir la información acerca de los procesos de tramitología y otros temas desarrollados en la institución; de lo contrario la poca información emitida por la Institución origina el desconocimiento de los procedimientos. El trabajo basado en el uso correcto de la información permite que el trabajo en equipo sea más fácil y eficaz, por ende induce a que sus relaciones con el público externo sean un medio para mostrar servicios de calidad.

Tomando en cuenta que el proceso de realización de trámites es constante por parte de la población del Cantón Mocha, se debe conocer que una aplicación inadecuada de la comunicación organizacional ocasiona que los usuarios no acudan al departamento adecuado. Por consiguiente, se considera necesario el estudio de los puntos establecidos como objeto de análisis, aclarando que cada uno tiene distintas causas que lo determinan, y que un problema necesita más atención que otro al momento de ser solucionado.

Prognosis

Mientras el problema continúe, existe la posibilidad que la comunicación organizacional no mejore en la entidad con relación a los usuarios, por lo tanto, que no sea aplicada de la manera adecuada al momento en que el personal establezca comunicación con los beneficiarios para la prestación de servicios. Esta situación provocaría que no exista un servicio de calidad en una entidad pública en el ámbito comunicativo, la misma que debería caracterizarse por brindar buena asistencia a la comunidad del cantón a la cual pertenece. Y consecuentemente, un avance socioeconómico en la comunidad sería poco probable debido a la inexistencia de alternativas para lograr una organización de los elementos que conforman el GAD del cantón, los mismos que junto con la población serían afectados directos si el problema no es resuelto.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La comunicación organizacional interna y externa incide en la difusión de Políticas Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013?

Variable Independiente

Comunicación organizacional interna y externa.

Variable Dependiente

Difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD).

Interrogantes de la investigación

- ¿Qué tipo de Comunicación Organizacional interna y externa utilizan en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha?

- ¿Se aplican las políticas públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha?
- ¿Existe una alternativa de solución al problema?

Delimitación

Delimitación de contenidos

Campo: Comunicación Institucional

Área: Comunicacional

Aspecto: Social

Delimitación Espacial

La investigación se realizará en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha.

Delimitación Temporal

La investigación se realizará en el período de Noviembre/2012-Febrero/2013.

Unidades de observación

- Población del Cantón Mocha que acuden regularmente al Gobierno Autónomo Descentralizado.
- Alcalde, Procurador Sindico y Personal del Gobierno Autónomo Descentralizado.

Justificación

En el presente trabajo de investigación se establece que, con un objetivo claro de mejora y perfeccionamiento, y en búsqueda constante de una buena calidad de los servicios que ofrece el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha, se desea implementar un organismo, el cual se encargue de brindar una capacitación e información a la población del Cantón respecto a los servicios que el GAD brinda en cuanto a su tramitología y a la estructura misma de la Institución.

Tomando en cuenta que la comunicación es un elemento vital para el funcionamiento de una sociedad, y que en muchas ocasiones existe una comunicación muy compleja y la necesidad de transmitir distintos conocimientos de un ser humano a otro, se ubica a la comunidad de Mocha como beneficiario directo de la implementación de un Departamento de Información como un espacio de indagación y capacitación acerca de los servicios institucionales del GAD. De esta manera los pobladores del Cantón Mocha, con la guía de un personal adecuado, recibirán un mejor conocimiento acerca de los diferentes procedimientos.

La investigación responde a que la importancia de un Departamento de Comunicación Institucional se proyecta a la modificación de alternativas de emisión de los servicios institucionales de entidades públicas y al objetivo de servir de mejor manera a la población que de una u otra forma necesita los servicios del GAD.

Conjuntamente, el trabajo de investigación busca la factibilidad de implementar un Departamento de Comunicación Institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha, para alcanzar beneficios para la institución y sus usuarios y propiciar un ambiente favorable a los habitantes del cantón.

Objetivos de la Investigación

General

- Investigar la comunicación organizacional interna y externa y la difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013.

Específicos

- Argumentar qué tipo de Comunicación Organizacional interna y externa utilizan en el Gobierno Autónomo Descentralizado.
- Identificar la difusión de políticas públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado.
- Proponer la realización de un departamento que brinde información para garantizar la difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha.

CAPITULO II

Antecedentes Investigativos

Una vez realizada una investigación respectiva de las tesis pertenecientes a la biblioteca de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, se encontró material que ayudó a los asuntos que se relacionan con la temática del presente trabajo de investigación. Es necesario mencionar que la información obtenida de dichas tesis sirvió únicamente como referencia bibliográfica.

Son varios los trabajos que incluyen temas relacionados con la comunicación, como:

ULLOA, Lorena. 2011. “La Comunicación Organizacional y su incidencia en la imagen corporativa de la Asociación de personas con limitaciones plejicas de Tungurahua (ASOPLEJICAT)”. Licenciatura. Lorena Ulloa desde su perspectiva llego a las siguientes conclusiones: “Comunicar, a nivel de imagen corporativa, significa comunicar la identidad y la diferencia de una organización, esto permite lograr la aceptación, la confianza, la referencia y la preferencia de los públicos de la organización.”

CALDERÓN, Juan. 2011. “Las estrategias de la comunicación y su relación con la imagen corporativa de la empresa Charlestong de la Ciudad de Ambato”. Licenciatura. El autor plantea que “Para que una empresa cumpla con su objetivo para la cual fue creada es necesario que se dé un ordenamiento de todas y cada una de las áreas de la organización, la comunicación organizacional y la imagen corporativa son las estrategias comerciales que debe utilizar Charlestong.”

CAGUANA, Elizabeth. 2010. “El deficiente plan de Comunicación Externa de la Junta Parroquial de Unamuncho provoca el desconocimiento de proyectos de desarrollo”. Licenciatura. Elizabeth Caguana, establece que “Deberán tomar

decisiones los cinco miembros de la Junta Parroquial para que este panorama cambie en la parroquia y las personas pongan más interés en los proyectos de desarrollo que se gestionan y se ejecutan para el mejoramiento de la parroquia”.

La investigación realizada deja a la vista la necesidad de políticas comunicacionales y se toma en cuenta la intervención en la comunicación interna y externa, y la relación con los públicos.

Fundamentaciones

Fundamentación Filosófica

La investigación actual se basa en el paradigma crítico-propositivo, medio por el cual el proyecto intenta diseñar formas de utilización de la comunicación organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha.

Es crítico porque analiza y evalúa una estructura y consistencia de los razonamientos y, principalmente, porque se encuentra en un proceso de objetividad y claridad al plantear un futuro para la investigación; y es propositivo porque desde su origen expone métodos de solución que eventualmente ayuden a superar una problemática institucional.

Fundamentación Legal

La constitución del Ecuador plantea en el Capítulo Segundo, en la Sección Tercera de Comunicación e información:

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá

reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información¹.

En el Título V de Organización Territorial del Estado, Capítulo Primero, en la sección de Principios Generales, se establece:

Art. 238.- Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los concejos provinciales y los concejos regionales.²

Fundamentación Epistemológica

Sostiene que el conocimiento va más allá de la información porque busca transformar sujetos y objetos. Se aspira a que el sujeto se caracterice por ser proactivo, participando activamente, fortaleciendo su personalidad y su futura actitud creadora. Esto llevará hacia una positiva asimilación proyectiva de la identidad como receptor de información.

En todo trabajo de investigación las ciencias se definen como un conjunto de conocimientos ordenados y dirigidos hacia la transformación social y mejor entendimiento.

¹ Constitución de la República del Ecuador, Título II, Capítulo Segundo, en la Sección Tercera de Comunicación e información, págs. 26

² Código Orgánico de Organización territorial, Administración y descentralización, Título V de Organización Territorial del Estado, Capítulo Primero, en la sección de Principios Generales, págs. 122

Fundamentación Axiológica

El desarrollo integral del ser humano está basado en la práctica de valores como la responsabilidad, la honradez, la solidaridad y el sentido de equidad; sin descuidar el desarrollo de la inteligencia emocional, con el fin de formar carácter y personalidad, y estar en la capacidad de administrar su vida acertadamente.

El secreto del desarrollo radica en lograr una forma de trabajo que fusione valores humanos, los cuales deben ser utilizados como respuesta a aspiraciones profundas y camino como un deseo de llegar a ser.

Fundamentación Ontológica

La fundamentación real-ontológica habla de un mundo versátil y dinámico. La presente investigación está abierta a nuevas comprensiones, es decir, puede ser imperfecta, ya que existen parámetros únicos a aplicar en cada institución pública, como el uso de nuevas alternativa de comunicación organizacional.

Categorías Fundamentales

Red de Inclusiones Conceptuales

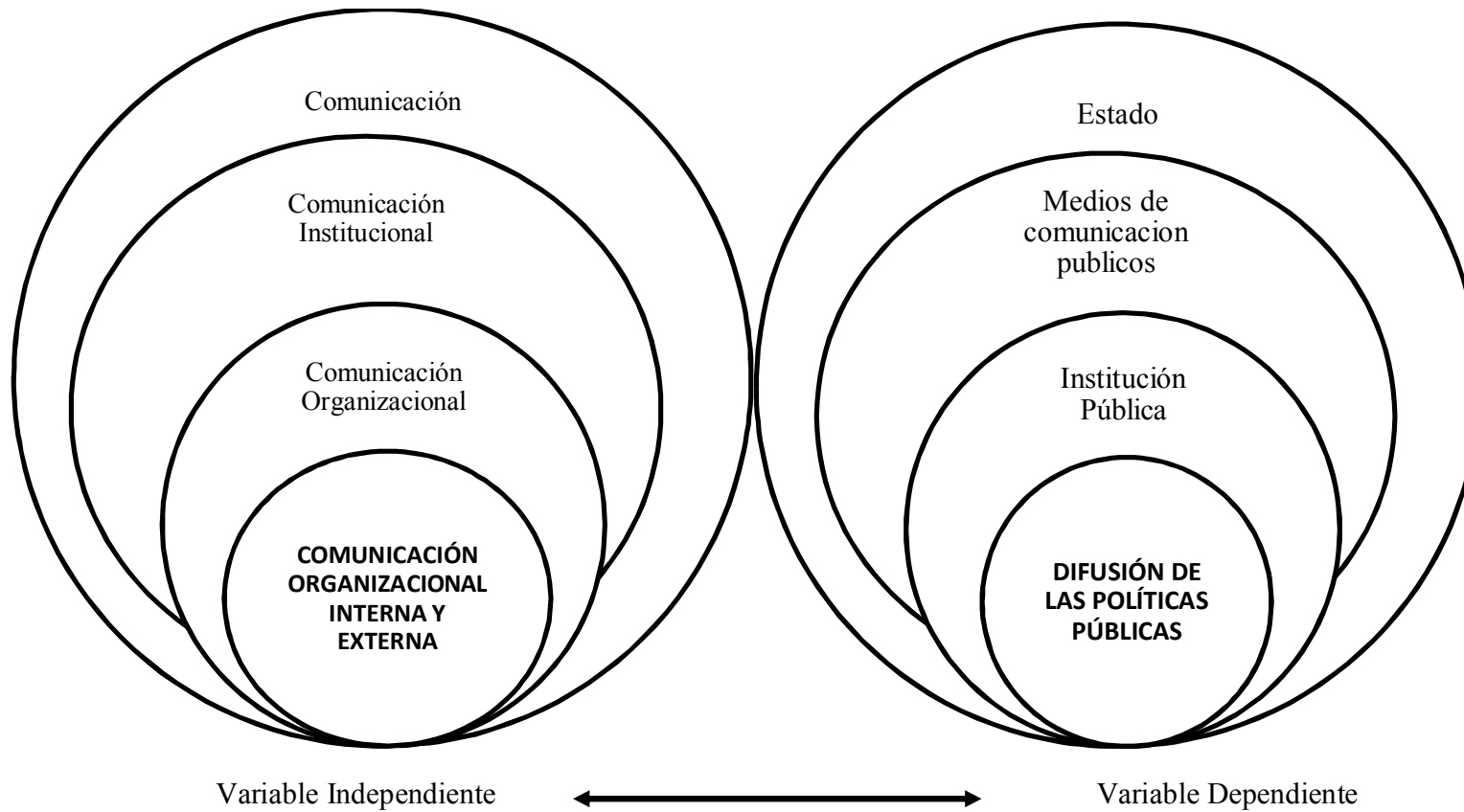


Gráfico # 2

Elaborado por: Yessica Rocha B.

CONSTELACIÓN DE IDEAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

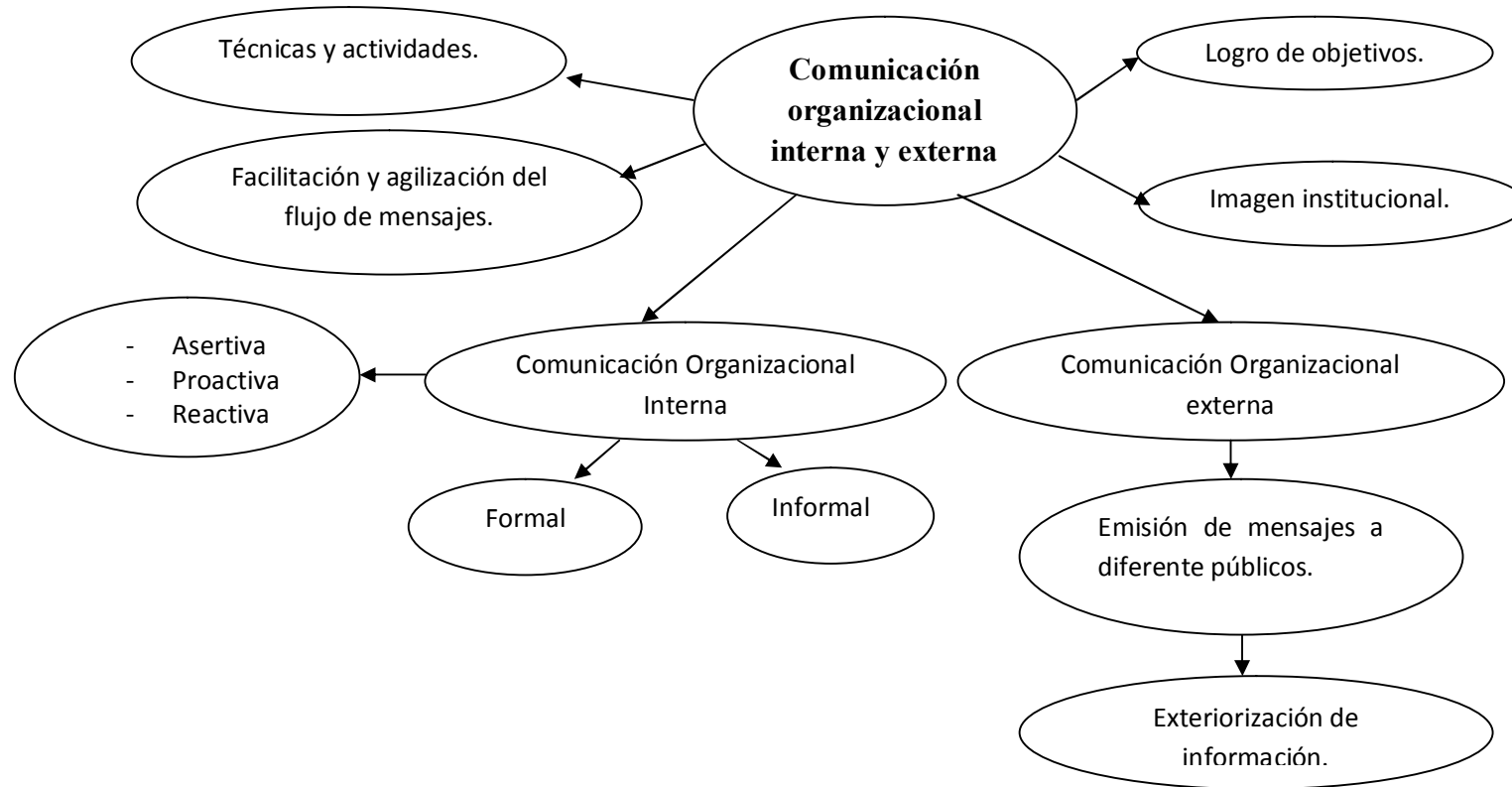


Gráfico # 3

Elaborado por: Yessica Rocha B.

CONSTELACIÓN DE IDEAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

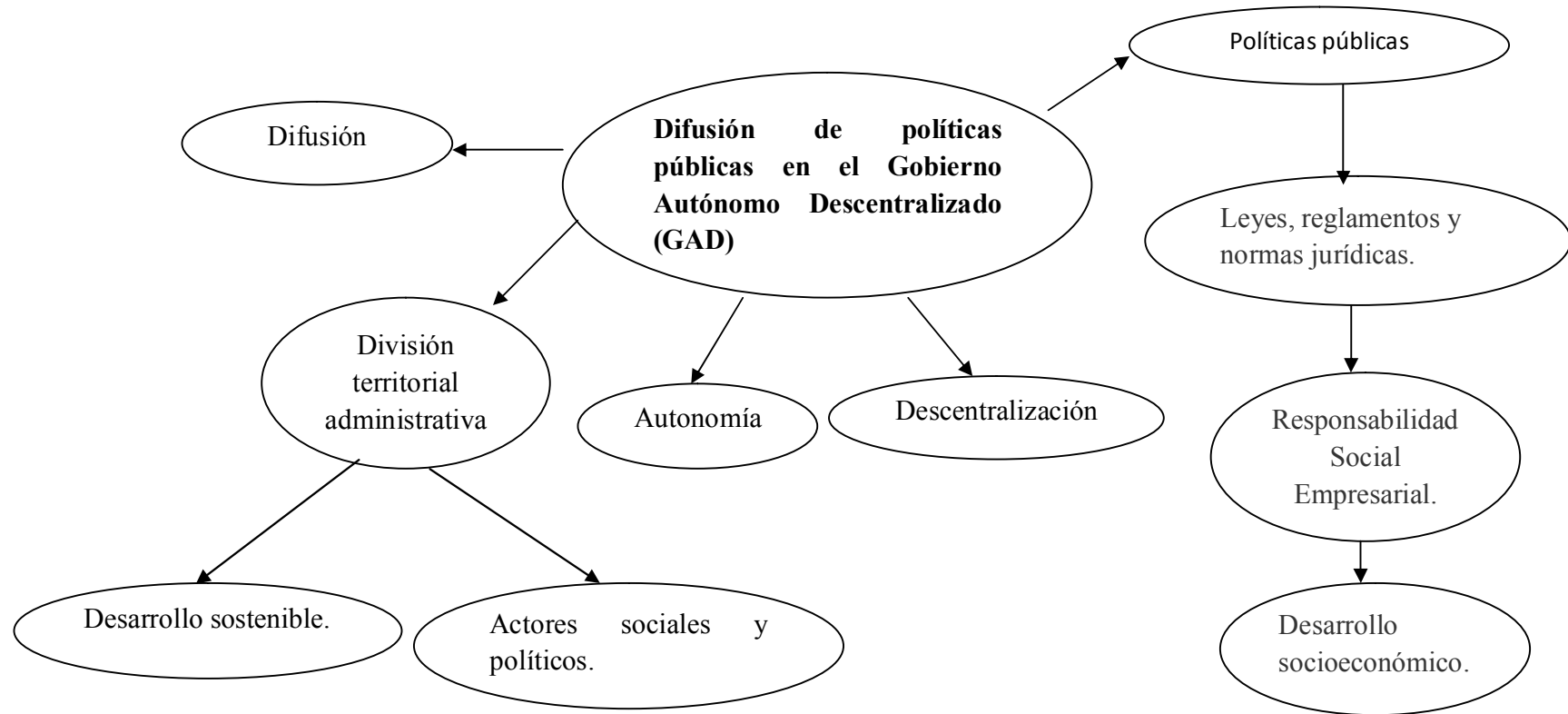


Gráfico # 4

Elaborado por: Yessica Rocha B.

Técnicas y actividades

Técnicas: En definición.ed se plantea que la técnica es el tipo de acciones regidas por normas o un cierto protocolo que tiene el propósito de arribar a un resultado específico, tanto a nivel científico como tecnológico, artístico o de cualquier otro campo. Se las considera como un conjunto de procedimientos reglamentados y pautas que se utiliza como medio para llegar a un cierto fin. La técnica supone que, en situaciones similares, repetir conductas o llevar a cabo un mismo procedimiento producirían el mismo efecto.

Según David Aguilar, Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe, en el Pequeño Larousse Ilustrado 2008, la técnica es el conjunto de procedimientos y métodos de una ciencia, arte, oficio o actividad. Habilidad en la utilización de dichos procedimientos. Se considera también como el conjunto de medios y conocimientos para el perfeccionamiento de los sistemas de obtención o elaboración de productos. Es un conjunto de aplicaciones prácticas de las ciencias. Y finalmente, un sistema para conseguir algo.

Por lo tanto, se trata de una forma ordenada de actuar que consiste en la repetición sistemática de ciertas acciones.

Actividades: En definición.ed se plantea que la actividad es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas de un programa o subprograma de operación, que consiste en la ejecución de ciertos procesos mediante la utilización de recursos humanos, materiales, técnicos, y financieros asignados a la actividad con costo determinado.

Según David Aguilar, Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe, en el Pequeño Larousse Ilustrado 2008, una actividad es el conjunto de trabajos propios de una persona, profesión o institución: actividad docente o parlamentaria.

Por lo tanto, las actividades son consideradas como un conjunto de operaciones o tareas que son ejecutadas por una persona o unidad administrativa como parte de una función asignada.

Facilitación y agilización del flujo de mensajes

Facilitación: Pilar Aguilar dice, la facilitación es el conjunto de habilidades, técnicas y herramientas para crear las condiciones que permitan un desarrollo satisfactorio de los procesos grupales y personales; tanto en la consecución de sus objetivos y realización de su visión, como en la creación de un clima relacional donde reine la confianza y una comunicación fluida, empática y honesta.

David Aguilar, Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe, establecen que la facilitación es la acción o efecto de facilitar; hacer fácil o posible una situación. Proporcionar o entregar algo a alguien.

Se considera que la facilitación se reduce al cumplimiento de una acción mediante un proceso factible y elaborable.

Agilización: Liberta Bassas dice que, es la acción y efecto de agilizar un proceso de comunicación en una organización.

Miguel Orquera (2011) dice, el constante cambio y progreso tecnológico del siglo XX y en especial, los ocurridos en esta última década, ha producido un gran impacto en la forma en que las organizaciones realizan su trabajo. Los avances de la computación y de las telecomunicaciones han contribuido enormemente a facilitar las tareas que se desarrollan en la organización, facilitando el ambiente cooperativo y aumentando la productividad de los grupos de trabajo. Como respuesta a este cambio, surgen en el mercado un conjunto de productos de software orientado al desarrollo del trabajo grupal como lo son las aplicaciones o productos con tecnología "workflow". Estos

productos han cambiado el enfoque de la tecnología de la información hacia el enfoque de la tecnología "workflow". El fenómeno que se aprecia en el mercado puede ser denominado desarrollo de Sistemas basados en resultados. Workflow, entendido como el flujo de procesos administrativos o de negocios, es el conjunto de actividades o tareas realizadas en secuencia o en paralelo por dos o más miembros de un equipo de trabajo para lograr un objetivo común siguiendo unas reglas de negocio preestablecidas. El Workflow nos da las facilidades para modelar los procesos que se realizan dentro de una empresa, permitiéndonos de esta forma hacer un análisis y diseño mas profundo de los mismos

La agilización es la que permite la fluidez de información, datos e ideas desde los entes internos hacia los entes externos de la entidad.

Logro de objetivos

José Luis Piñuel (1993), dice: Los objetivos responden a necesidades de información o de sensibilización puntuales. Sirven por ejemplo para explicar al equipo comercial las características de un nuevo producto, para sensibilizar a los ingenieros ante un problema de secreto industrial, para explicar a los empleados, las consecuencias del absentismo, etc.

Como primer punto se debe aclarar el concepto de objetivo. David Aguilar, Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe (2008), mencionan un sinónimo, propósito. Un propósito es aquello que alguien se propone hacer; objetivo, finalidad. Expresa que una cosa es oportuna o adecuada para lo que se desea o para el fin a que se destina.

Establecen que el logro de objetivos es momento donde se llega a tener lo que se pretendía. Llegar a realizar plenamente las acciones o gestiones acordadas.

Según Gendai Reiki, el logro de objetivos es el cumplimiento de un fin, programado para ser ejecutado a largo, medio o corto plazo y con el único intento de mejorar la situación económica, administrativa, social de una empresa.

Además, es el camino principal para alcanzar las metas planteadas dentro de una organización.

Imagen institucional

Elías Mujica (2007) dice, que es un órgano responsable de organizar, ejecutar y evaluar la dirección y gestión de los programas, acciones y servicios de extensión social y de promover un perfil institucional positivo de una entidad, ante la opinión pública.

David Aguilar, Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe (2008, aclaran, como primer punto la “imagen”, que definen como el derecho que tiene toda persona sobre su propia representación externa. Por lo tanto, la imagen institucional es el perfil propio de cada Institución para ser conocida en la sociedad.

Fernando Fernández (1974) dice, imagen es el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas de personas, productos, servicios, marcas, empresas o instituciones. La imagen es una representación mental y virtual. Es una toma de posición emotiva. Puede haber caos en que una razón lógica y material haya articulado una imagen positiva o negativa, pero esta razón se transforma en todos los casos en creencias y asociaciones; y la imagen configurada es siempre un hecho emocional.

Todo lo actuado por un individuo u organización articula, poco a poco, la imagen. Cualquier acto de comunicación construye la imagen por sumatoria de hechos percibidos. La imagen de la marca debe articularse para que esta denote y connote la imagen que se desea. Para este fin se deben usar los atributos necesarios. Es fundamental definir a-priori la imagen que se desea lograr y ceñirse a esa

definición para evitar que la imagen se articule independientemente de las necesidades del producto.

Una vez lograda la imagen positiva que se definió a priori, esta permanece viva y activa en el receptor de los mensajes solamente si es estimulada, recordada y comunicada, vigilando su evolución y desarrollo mediante investigaciones permanentes.

La imagen institucional es uno de los factores de mayor peso de la actitud final hacia un producto. En algunos productos, donde las diferencias con sus competidores no son apreciables a simple vista por el consumidor, la imagen i es casi el único factor que influye en la toma de una actitud. En el caso de empresas, la imagen institucional desempeña un papel muy importante, ya que las mismas son juzgadas por la imagen, porque el contacto con ellas es solo a través de los productos.

“Imagen Institucional” se la considera también como “Imagen Corporativa”, ya que tienen una definición similar. La imagen corporativa permite diferenciar a primera vista la identidad de una empresa, sea cual sea. Se habla mucho de identidad corporativa, de imagen corporativa, comunicación corporativa, y existe una notable confusión, hasta el punto que muchas empresas no saben lo que realmente están comprando cuando contratan esta clase de servicios. La expresión “imagen corporativa” proviene del inglés y es una traducción libre de “corporate image”. En el contexto anglosajón “corporation” significa compañía o empresa, pero en el contexto latino remite a formas organizativas más complejas y nunca significa sólo empresa. Se apela a ese término cuando se alude a una agrupación de asociaciones que integra, por ejemplo, a empresa privadas, a organismos públicos y/o sectores de la comunidad. La imagen institucional, en sí, es la presentación formal de la empresa ante el público.

Comunicación Organizacional Interna

Según Gary Kreps, la comunicación organizacional es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, es el elemento que influye en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización. Todo esto se establece para que los objetivos planteados se cumplan rápido y mejor.

José Luis Piñuel (1993) plantea: dentro de la Comunicación Organizacional Interna se encuentra el público sensible. Una empresa reúne, en el seno de una misma estructura, individualidades diferentes, ligadas entre sí por una relación de colaboración y motivadas por la consecución de un objetivo común.

La posición de un individuo de una entidad tal le confiere un número definido de tareas que suscitan un sistema de relaciones particulares y una visión individualizada de la empresa. El personal es pues un público enteramente de la empresa, un público al que hay que informar sensibilizar, en razón de la distancia que guarde respecto a los problemas, ya sea objetiva o subjetiva.

Aunque la empresa sea una realidad cotidiana para el personal, este último tiene de ella a menudo una visión parcial, e incluso parcialmente mítica. En personal es pues un público sensible que tiene necesidad de información. Esta necesidad debe ser atendida, canalizada, controlada; en caso contrario corre el riesgo de rebelarse por otras vías incontrolables, por ejemplo los rumores. Desarrollar una política de comunicación interna es suscitar nuevas relaciones de intercambio, no sólo de individuo a individuo, sino también de los individuos con la empresa como personal moral.

La comunicación interna responde a múltiples necesidades, y permite:

- Construir una identidad de la empresa susceptible de conciliar entre sí al conjunto del personal, en un clima de confianza y motivación. Así, por

ejemplo, el absentismo en las cadenas de producción es un indicador de la desmotivación de los obreros y un factor de baja en la productividad. La comunicación interna permitirá volver a motivar al personal, y así, indirectamente, mejorar los resultados:

- Profundizar en cada uno el conocimiento de la empresa como entidad.
- Romper departamentos estancados respecto a actividades aparentemente independientes, pero que hacen que se bloqueen entre sí.
- Informar individualmente a los empleados.
- Hacer públicos los logros conseguidos por la empresa.
- Permitirle a cada uno expresarse ante la dirección general, y esto cualquiera que sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
- Promover una comunicación a todas las escalas, en particular entre los cuadros directivos de la empresa.

Dentro de las actividades para promover una comunicación organizacional interna de calidad se encuentran:

- **Tablones de anuncios:** Ya se ofrezca en su forma tradicional o en forma de tablón luminoso, se trata de un útil clásico de comunicación interna.
- Los tablones pueden contener todo género de información:
 - Las informaciones legales obligatorias tales como las fijadas por ley: horarios, servicios médicos laborales, asuntos de cualquier instancia recibido por los representantes del personal (informaciones procedentes del comité de empresa, de los delegados del personal, del Estatuto de Trabajadores, o de representantes sindicales).
 - Las informaciones comunicadas al personal por la dirección: descripción de nuevos productos en fase de lanzamiento; ilustraciones de algunos acontecimientos externos que interesan a la organización (presencia de ésta en foros universitarios, operaciones de mecenazgo, etc.); consignas de seguridad; recortes de prensa; movilizaciones de

sensibilización (por ejemplo, campañas anti.tabaco); campañas de publicidad difundidas por la empresa; fotos de la empresa, etc.

- Informaciones que intercambia el personal: pequeños anuncios; mensajes de clubes (clubes de viajes, de fotografía, deportivos, etc.).
- Dos grandes ventajas:
 - La facilidad: los pasquines de tablón tienen como principal ventaja ser sencillos, poco costosos y fáciles de ejecutar.
 - La flexibilidad: el tablón permite difundir todo tipo de informaciones.
- Inconvenientes:
 - La simplicidad: se presta poco a la argumentación. Permite sobre todo exponer informaciones puntuales en bruto.
 - La negligencia: siendo un instrumento de comunicación fácil de utilizar, no se le ha prestado un gran cuidado. Es el reverso de la moneda: los afiches raramente son concebidos como verdaderos soportes de información (con un mensaje, un público al que se dirige, una forma de comunicación, un estilo). Además, hay que cuidar la “toilette” del tablón: retirar las informaciones obsoletas o los pasquines estropeados.
 - Las limitaciones: el número de mensajes difundidos por esta vía es necesariamente limitado; si se multiplica el número de tabloneros, estos pierden progresivamente relevancia y decrece la atención que se presta a cada uno.
 - La indiscreción: según sea el emplazamiento del tablón de anuncios, ciertas informaciones confidenciales (resultados comerciales) o propias de la vida interna de la empresa (problemas sociales) pueden quedar libremente expuestas a la mirada del visitante exterior.
- Recomendaciones:
 - Integrarlos en un dispositivo de comunicación.
 - Ocuparse de su concepción.
 - Cuidar su presentación.

- Distinguir las informaciones importantes y urgentes.
- Facilitar la lectura del tablón fragmentándola por secciones.
- No sobrecargarlo de informaciones.
- Señalar claramente los remitentes de cada información.
- Asociarse siempre con los departamentos que remiten informaciones.
- Elegir un soporte adecuado.

Blanca Torrijos plantea, es el tipo de comunicación dirigido directamente a los entes internos de una organización y permite crear una identidad de la empresa en un clima de confianza y motivación, conocer ampliamente a la organización y sentirla como propia, mantener constantemente informados, de manera individual y grupal, a los empleados, hacer públicos los logros obtenidos por la empresa, reconocer públicamente el desempeño de algún empleado, y promover una comunicación a todas las escalas.

Ronald B. Adler y Jeanne Marquardt Elmhorst (2008), hablan acerca de la Comunicación como un proceso, donde establecen que no es correcto hablar de un "acto" de comunicación como si enviar o recibir un mensaje fuera un hecho aislado. Por el contrario, todo hecho de comunicación en una institución debe ser analizado como parte del contexto de su comunicación. Dentro de la organización cada mensaje transmitido forma parte de un proceso conjunto.

Dentro de la comunicación organizacional interna se toma en cuenta las Redes Formales de Comunicación. Son sistemas diseñados por la gerencia que dictan quién debe hablar con quién para realizar una tarea. En una organización pequeña las redes son tan sencillas que prácticamente no se notarán; en una organización más grande se tornan más intrincadas. La forma más común de describir las redes formales de comunicación es un organigrama, donde que indica que éstos son algo más que un juguete de los burócratas: proporcionan líneas claras de quién es responsable de una tarea dada, y qué empleados se encargarán de vigilar el

desempeño de otros. La comunicación fluye en distintas direcciones, hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente.

- **Formal:** Es la propia organización la que establece las vías de comunicación siguiendo los niveles jerárquicos y los protocolos establecidos. Se emplea para transmitir órdenes e instrucciones, o cuestiones relacionadas con el trabajo. Para lo cual se presenta varios tipos de comunicación formal:
 - **Comunicación Descendente:** De superior a subordinado.
 - **Tipos:** Instrucciones del trabajo, lógica del trabajo, procedimientos y prácticas organizacionales, retroalimentación a subordinados, adoctrinamiento de la cultura de la organización.
 - **Posibles beneficios:** Prevenir/corregir errores de los empleados, mayor satisfacción con el trabajo, mejor estado de ánimo.
 - **Posibles problemas:** Mensajes insuficientes o poco claros, exceso de mensajes, mensaje distorsionado conforme pasa por uno o varios intermediarios.
 - **Comunicación Ascendente:** De subordinado a superior.
 - **Tipos:** Lo que están haciendo los subordinados, problemas laborales sin resolver, sugerencias para mejorar los subordinados cerca del trabajo y los compañeros.
 - **Posibles beneficios:** Prevenir problemas nuevos y resolver asuntos viejos, aumentar aceptación de las decisiones de la gerencia.
 - **Posibles problemas:** Los superiores podrían desalentar los mensajes de los subordinados, pasarles por alto o restarles importancia; los superiores podrían culpar injustamente a los subordinados de las noticias desagradables.

- **Comunicación Horizontal:** Entre compañeros de trabajo con responsabilidad en distintos campos.
 - **Tipos:** Coordinar tareas, resolver problemas, compartir información, manejar conflictos, crear afinidad.
 - **Posibles beneficios:** Mayor cooperación entre empleados que tienen distintas obligaciones, mayor entendimiento de la misión de la organización.
 - **Posibles problemas:** Se podría presentar rivalidad entre empleados de distintas áreas, la especialización dificulta la comprensión, el exceso de información desalienta los contactos, las barreras físicas desalientan el contacto, falta de motivación.
- **Informal:** Es la que surge espontáneamente entre los miembros de una empresa movidos por la necesidad de comunicarse, por ser vecinos, amigos, miembros de la familia, etc., sin seguir los cauces oficiales, lo cual permite agilizar muchos trámites, y en ocasiones permite obtener información adicional. Surgen por intereses personales.

La comunicación informal cumple con varias funciones útiles:

- **Confirmar:** Algunas comunicaciones informales ratifican los mensajes formales.
- **Expandir:** La comunicación informal llena las lagunas que dejaron los mensajes formales incompletos.
- **Acelerar:** Con frecuencia las redes informales entregan los mensajes con antelación a los canales oficiales. Por ejemplo, las personas hábiles para buscar trabajo muchas veces recurren a sus conocidos para saber si una empresa tendrá vacantes antes de que publique su oferta de empleos.

- **Contradecir:** Las redes informales a veces contradicen los mensajes oficiales. Un amigo de contabilidad podría comentarle que la fecha límite para las compras del año corriente no es tan estricta como parecía en el memorándum reciente que el contralor envió.
- **Circunvalar:** Los contactos informales a veces le ayudan a evitar canales oficiales que son difíciles y que hacen perder mucho tiempo. Su compañero de tenis, que trabajaba en reproducciones, de vez en cuando podría darle un trabajo urgente en lugar de colocarlo en el último lugar de la línea de espera.
- **Complementar:** A veces hasta la gerencia sabe que la comunicación informal hará un mejor trabajo que la formal. Aun cuando parezca paradójico, muchas empresas elevan la comunicación informal a la categoría de política oficial y fomentan los contactos francos entre personas de distintas partes de la organización.

Los dos tipos de comunicación organizacional interna se fusionan para convertirse en el inicio de la información adecuadamente manejada.

Comunicación Organizacional Externa

Es la comunicación dirigida a los diferentes públicos externos de una organización. Conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios.

Ronald B. Adler y Jeanne Marquardt Elmhorst (2008), indican la forma de escoger el canal óptimo de comunicación: Como comunicador en una compañía, con frecuencia puede escoger la forma de enviar un mensaje. Decidir cuál canal de comunicación usará no es un asunto trivial. En ocasiones un mensaje escrito tiene éxito y un oral fracasa, pero en otras al hablar con el receptor obtendrá los resultados que la palabra escrita no puede igualar. Conocer bien estas dos vías le ayudará a elegir debidamente cómo enviar sus avisos importantes.

- **Comunicación frente a frente**

La comunicación frente a frente se da de muchas maneras. Algunas son las juntas de dos personas, programadas o que se producen en el momento. Otras son grupos pequeños de personas que se reúnen en forma espontánea o en juntas reales. También una comunicación frente a frente ocurre en grupos grandes, cuando uno o varios oradores hacen presentaciones en público. Sea cual fuere el marco o la cantidad de gente, todos los tipos de comunicación frente a frente tienen las mismas cualidades.

Una ventaja potencial de la comunicación frente a frente es la velocidad. Cuando está establecido el contacto con el público, no pasa mucho tiempo entre la transmisión del mensaje y su recepción. Un beneficio de este tipo de comunicación es el control que le brinda al orador, debido a que el contacto personal tiene mucha mayor autoridad sobre la atención del receptor.

- **Teleconferencias**

Las juntas frente a frente tal vez sean deseables, pero la distancia hace que sean un poco prácticas. Los promotores de las teleconferencias aseguran que, después de las juntas en persona, éstas son la mejor alternativa. Esta tecnología permite que participantes que se encuentran en dos o más lugares se vean y hablen entre sí.

- **Teléfono o correo de voz**

El teléfono le permite establecer contacto con un receptor con quien no se tiene la posibilidad de contactar personalmente. Se puede llegar a contactar con alguien a larga distancia en menos tiempo del necesario. El teléfono, incluso, puede servir para comunicarse que está cerca pero muy ocupada. Los ermitaños de oficina que se esconden tras puertas cerradas como si fueran barricadas, muchas veces dejan todo cuando suena el teléfono, o cuando menos lo contestan a regañadientes. Una práctica telefónica carece de la retroalimentación visual que con frecuencia revela qué tan bien está llegando

su mensaje a la otra parte; sin embargo, las pistas vocales (timbre de voz, pausas, interrupciones, tono y ritmo) le pueden dar una buena idea de la reacción de la otra persona ante su mensaje.

Hablar por teléfono ofrece ventajas, pero también tiene inconvenientes. A pesar de que usted puede “estirar la mano y llegar a alguien” por este medio, establecer contacto puede ser problemático si el interlocutor está en un mal momento. La probabilidad de tener una buena conversación será escasa si la otra persona tiene prisa, si está molesta o distraída. Por ellos antes de iniciar una conversación es aconsejable preguntar “Lo encuentro en un buen momento?”. A pesar del inconveniente vale la pena programar una segunda llamada, en la cual existe mayor probabilidad de obtener lo que se desea. Las conversaciones telefónicas también dificultan la posibilidad de retener la atención de su oyente.

La transmisión de mensajes en tiempo real no es el único tipo de comunicación telefónica. El **correo de voz** de la máquina contestadora es una versión de la tecnología avanzada. Muchos comunicadores detestan el correo de voz, con frecuencia justificadamente. Algunos menús y submenús tardan una eternidad. No obstante, este medio tiene sus ventajas. Le permite dejar un mensaje en cualquier momento del día o la noche. La persona puede estar segura de que el receptor escuchará el recado.

A veces los mensajes de correo de voz podrían parecer inferiores a una comunicación personal. Pero en ocasiones un mensaje de este tipo puede resultar mejor que un contacto frente a frente. Dejar un mensaje grabado puede evitarle perder tiempo intercambiando fórmulas de cortesía con quienes preferiría no hablar. También puede evitar que la otra parte responda de una forma que usted no quiere escuchar.

- **Lineamientos para usar el correo de voz**

- Informarse del horario de la persona con la que se desea hablar.
- Aclarar el nombre de la persona a la que va dirigido el mensaje cuando varios compartan el buzón de voz.

- Decir al nombre de quien llama y el número de teléfono al principio del mensaje.
- Organizar el mensaje antes de hablar.
- Procurar que el mensaje sea breve.
- Hablar clara y lentamente.

- **Comunicación escrita**

La comunicación escrita adopta diversas formas. Cartas, memorándums, boletines e informes son presentaciones conocidas en la carrera profesional de casi todo el mundo.

Los mensajes escritos tienen una serie de ventajas e inconvenientes distintos de los hablados. A diferencia del discurso, la comunicación escrita es permanente. Cuando las palabras se imprimen en papel, serán guardadas para referencias futuras, para su deleite, o, incluso, para una interminable vergüenza o malestar.

Además de su permanencia, la comunicación escrita suele ser más fácil de entender que la hablada. Los lectores pueden estudiar las partes complicadas tantas veces cuanto sea necesario, lo cual es lujo que no se pueden dar cuando el mensaje es oral.

Quizá la ventaja más grande de la comunicación escrita es que se la puede componer por adelantado. La persona se puede tardar todo el tiempo que necesite para dar forma al mensaje como lo desea, ponderando cada palabra si fuera necesario.

Y por último, los mensajes escritos suelen tener menos errores. Hasta las presentaciones orales muy bien ensayadas pueden salir mal. Se pueden extraviar algunos papeles importantes u olvidar alguna idea central.

El **correo electrónico** permite a los comunicadores enviar y contestar los mensajes escritos a través de una computadora. En Estados Unidos y Canadá este medio se ha convertido en el más usado para comunicarse en el trabajo. Al

igual que el teléfono y los faxes, el correo electrónico es prácticamente inmediato.

Los servidores internos son quienes aplican la comunicación organizacional externa con los usuarios que utilizan los servicios institucionales, mediante los procesos de tramitología en los diferentes ámbitos.

Emisión de mensajes a diferentes públicos

David Aguilar, Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe, (2008), aclaran que, emisión es la acción o efecto de emitir, es una serie de cosas emitidas a la vez. Programa o parte de un programa de radio o televisión que se emite con continuidad. Operación que consiste en poner en circulación monedas, títulos, valores, efectos públicos, de comercio o bancarios. Conjunto de títulos o efectos públicos que de una vez se crean para ponerlos en circulación. Contenido de cierta información que estructurada en su totalidad es enviada a diferentes objetivos.

Ignacio de la Mota (1988), plantea: Emisión es la difusión por radio o televisión de un mensaje especialmente idóneo para esos Medios. Término técnico que determina el hecho de la emisora en funcionamiento, desde que empieza a emitir hasta que termina. Conjunto de programas que se emiten dentro de una unidad establecida de tiempo, y que según su horario, se denominan: emisión matinal, emisión de tarde, emisión de sobremesa y emisión de noche.

- **Emisión automática:** La que, previamente programada en la emisora de radio o de televisión, la realiza un ordenador dando entrada a su hora a los distintos programas establecidos.
- **Emisión diferida:** Retransmisión de un programa a hora diferente de la de su realización por haber sido previamente grabado.
- **Emisión matinal:** La que se transmite en horario de la mañana.

- **Emisión del mensaje:** Codificación del mensaje con arreglo a unos códigos objetivos de carácter lingüístico, icónico o acústico compartidos entre el emisor y el receptor.
- **Emisión de noche:** La que se transmite en horario nocturno.
- **Emisión patrocinada:** La que se emite con el patrocinio de una o varias firmas comerciales.
- **Emisión radiofónica:** La transmisión que, con arreglo a su arte o técnica, se difunde por una emisora de radio.
- **Emisión remota:** La realizada en vivo, o grabada, desde un lugar fuera del estudio.
- **Emisión de sobremesa:** La que se emite dentro de ese horario.
- **Emisión televisiva:** La transmisión que, con arreglo a su arte y técnica, se difunde por un canal de televisión.

Consecuentemente, emitir un mensaje es la manifestación de avisos o notificaciones a diferentes tipos de receptores.

Presentación de información

Ignacio de la Mota (1988), expone:

- **Presentación de un original a imprenta:** Estado perfecto de mecanografía de un original literario, debidamente corregido de estilo y puntuación, con indicación de los tipos en que debe ser compuesto, tamaño, etc., a fin de facilitar su composición y evitar retrasos y gastos extras por rehacer lo que no fue debidamente presentado.
- **Presentación de resultados:** Comprobadas, y en qué grado, las hipótesis de la investigación social efectuada, exposición de los pasos seguidos para la obtención de los conocimientos que la motivaron.
- **Presentación de resultados de la investigación:** Divulgación en forma de libro o en artículos de edición sucesiva y cuyo temario debe recoger, tras el correspondiente prólogo e índice, la introducción al objeto de la investigación;

el diseño de la prueba, codificación, proceso y análisis de los datos obtenidos; conclusiones, tablas o cuadros complementarios y ampliatorios; notas explicativas, bibliografía e índice alfabético de materias y de nombres.

- **Presentación revuelta:** La muy popular en temporada de saldos y ventas especiales en la que los artículos se ofrecen mezclados, sin orden y sin clasificación alguna.
- **Presentación sincrónica:** La que presenta una serie de observaciones tomadas en un mismo período de tiempo.
- **Presentación de textos:** Dícese de la forma de presentar los originales al Medio impreso, o a una imprenta ya listos para su composición, y cuya observación ayudará a su mejor realización:
 - Utilícese únicamente una sola cara de papel.
 - Envíese siempre el texto en el original mecanografiado; las copias suelen ser difíciles de leer.
 - Mecanografiése siempre el texto a doble espacio y con riqueza de márgenes en todos sus lados, al menos de 25 milímetros por cada uno.
 - Empléese una sola terminología y un único estilo de puntuación.
 - Numérese destacadamente cada página, siempre en el ángulo superior.

Se la considera también como una forma más general de emitir mensajes debido a que no son avisos perfectamente estructurados, sino una manifestación comunicativa para quienes deseen recibirla y por lo tanto conocer su contenido.

Difusión

Ignacio de la Mota (1988), dice: Difusión es el alcance de un Medio en cuanto a audiencia, en la distribución de sus ejemplares, en el caso de los impresos, o de alcance en perfectas condiciones de su señal de emisión, en los electrónicos. En el caso de la prensa, es el número de ejemplares resultantes de sumar cifras de inscripciones, de venta al número y de servicios regulares.

- **Difusión en cadena:** es la transmisión de un mensaje en cadena.

- **Difusión periodística:** es el número de ejemplares llegados al público lector a través de los canales de distribución, suma de las cifras de suscripciones, venta al número y servicios regulares y que permite suponer que han sido leídos por una o más personas y que, para tener validez, debe estar certificado por una organización cuyo objeto social sea en exclusiva, el de controlar la difusión de los Medios, y que debe estar integrada por éstos, Agencias y Anunciantes.
- **Difusión radiotelevisiva:** Respecto a la técnica, programación de la señal de una emisora de radio o televisión mediante ondas electromagnéticas o por cualquier otro sistema.

Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe, (2008), acción y efecto de difundir, propagar, divulgar o esparcir. Hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.

Emilio Bueso (2007), todo centro de documentación recoge y procesa información con el propósito de difundirla y darla a conocer. Se puede definir, por tanto, la difusión de información como el proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o en darle la posibilidad de obtenerla; se trata de una operación documental de salida.

En su sentido más amplio engloba todas las modalidades de transmisión de documentos o referencias informativas: desde la comunicación verbal de una referencia concreta hasta la edición de boletines bibliográficos periódicos o el libro, acceso de una parte de los fondos para su consulta por el usuario.

- **Formas de difusión**

No hay una forma única de difusión, sino diferentes tipos de productos y servicios capaces de vehicular la información hacia los usuarios. Con objeto de sistematizar se pueden distinguir dos formas básicas de difusión, la difusión bajo demanda y la difusión documental.

En cuanto a las vías de difusión pueden ser: papel impreso, tabloneros de anuncios, expositores, soporte magnético para consulta en ordenadores, páginas web, correo electrónico, difusión verbal (persona a persona, conferencias, cursos), medios audiovisuales (videos informativos).

- **Difusión bajo demanda**

Se trata de una difusión pasiva. La iniciativa parte del usuario que necesita información. Se realiza cuando el usuario se dirige al centro con el objeto de solicitar una información concreta. El documentalista interroga al sistema y recupera la información solicitada. Las búsquedas bibliográficas y documentales responden a esta necesidad de información planteada por el usuario. Pueden realizarse sobre bases de datos documentales creadas por el propio centro pero, también, sobre bases externas.

Se considera también difusión bajo demanda la consulta en línea a una Base de Datos por parte del usuario sin la mediación de un documentalista.

- **Difusión documental**

Es una difusión activa. Es aquella que implica iniciativa por parte del centro ofreciéndole, a los usuarios, productos documentales que juzga útiles, según el análisis que se haya hecho de sus necesidades, o señalándole sus problemas de información y ayudándole a resolverlos.

El centro deberá estudiar a sus usuarios con el objeto de averiguar qué tipo de información necesitan, en conjunto o por grupos, y debe estudiar también el sistema de difusión más adecuado para cada necesidad.

Dentro de la difusión documental se puede distinguir entre difusión de documentos primarios, la difusión de documentos secundarios o de referencias de documentos y la difusión selectiva de la información (DSI):

- **1. Comunicación interna:** Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas

relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas establecidas por la organización.

- **Comunicación externa:** Todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.
- **Relaciones públicas:** Son las diferentes actividades y programas de comunicación que se crean para sostener las buenas relaciones con los diferentes públicos que forman la organización.
- **Publicidad:** Son los diferentes mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos de comunicación que tienen como objetivo incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.
- **Publicidad Institucional:** Se considera como una herramienta de las relaciones públicas; ya que evoca en el público una imagen favorable de la organización.

A decir de Teresa del Pilar Niño (2011): Si concebimos el papel de la comunicación en la empresa como determinante en el mantenimiento de las buenas relaciones interpersonales, debemos asumir una posición en contra de las prácticas administrativas que fomenten la existencia de una única forma de comunicación. Es así como el valor y la importancia de las buenas comunicaciones en la organización se pueden apreciar en situaciones críticas o de conflictos.

- **Objetivos:**

- Poner en conocimiento al público acerca de un tema: en qué consiste; sus objetivos; motivo de su creación; conformación; sus resultados; etc.
- Divulgar los avances realizados y los resultados obtenidos en el transcurso de un proyecto.
- Proporcionar una base documental y material de referencia para la realización de trabajos o estudios – instituciones públicas y organismos de apoyo a la creación y al crecimiento de empresas.
- Publicar nuevos conocimientos o material de referencia para decisores políticos a nivel local regional, nacional y europeo.
- Incentivar a emprendedores y empresarios a crear nuevas empresas o a lanzar actividades empresariales, a innovar, a crecer o a adoptar técnicas y prácticas más innovadores, creativas o eficaces.
- Realizar una comunicación eficaz y transparente y entendible a toda la sociedad.

- **Herramientas**

Las herramientas y elementos clave de difusión y comunicación son las siguientes:

- **Página web:** elemento central que sirve no sólo para ofrecer información directa, sino también como herramienta de transmisión y envío de otros materiales, como por ejemplo, el material de referencia, las publicaciones, los folletos, el logotipo.

Asimismo, se puede utilizar la página web para invitar a actos y eventos, así como para crear un acceso específico para la prensa y los medios de comunicación que facilitan el trabajo. En segundo lugar, pero no menos importante, cumple – a través de una intranet segura de acceso restringido a los socios de la institución – la función de comunicación interna entre los socios. La creación de la página web es

responsabilidad del socio líder, que se encarga de su gestión y actualización, ubicándola en los servidores de la entidad.

- **Material Promocional:** Se compone de folletos de difusión y otro material como papelería, banners a usar durante eventos y actos oficiales. En cuanto a los folletos, se trata de una ficha que recoge una breve presentación para los agentes potencialmente interesados. Su realización es coordinada por el líder que recibe las opiniones y sugerencias del resto de socios.
- **Medios de comunicación:** otro elemento importante. Las notas de prensa y los artículos que se difunden deben estar adaptadas al lenguaje de los medios de comunicación, utilizando titulares, subtítulos, organizando la información según su importancia, utilizando herramientas visuales (gráficos, fotografías, etc.) y ofreciendo datos para tratar de atraer la atención. El lenguaje ha de ser claro y directo. Frases cortas que ofrezcan información relevante y comprensible. Si es posible, se recomienda hablar directamente con el periodista para asegurar que, efectivamente, la nota va a aparecer en los medios de comunicación. La celebración de reuniones, grupos de trabajo, talleres o seminarios son buenas oportunidades para realizar conferencias de prensa o una presentación pública del proyecto en los medios de comunicación. Se recomienda siempre indicar la página web del proyecto, una persona y dirección de contacto.
- **Actos y Eventos,** están previstos seminarios de sensibilización, talleres, mesas de encuentro y una conferencia final.
 - Seminarios de sensibilización.
 - Talleres de Creatividad
 - Mesas de encuentro.
 - Conferencia Final.

- **Material de Referencia** incluye, por un lado, las **Publicaciones** que tendrán una divulgación direccionada y de edición mayor, y otro tipo de materiales de referencia accesibles (formato electrónico o PDF) que, aunque no publicados, podrán servir como base documental o material de trabajo a determinados colectivos interesados (decisores políticos, organismos y entidades de promoción económica y de la innovación en otras regiones, académicos, etc.). Las Publicaciones y el material de referencia.

Políticas públicas

Según José Arias Alvear (2011), las políticas públicas son el instrumento del cual se sirve el gobierno para desarrollar su acción en un proceso participativo, buscando el consenso entre los actores que son favorecidos o afectados por la política pública.

Estas políticas, deben desarrollarse al interior de la sociedad porque es ella la que siente sus necesidades. Se debe reconocer la necesidad de la organización social de los grupos de interés, en definitiva de la llamada sociedad civil y en su participación en la toma de las decisiones y en los procesos democráticos.

Se hace una distinción entre el análisis de las políticas públicas y las políticas públicas propiamente dichas. Las primeras estudian el proceso en su contexto general; las segundas son las resoluciones expresadas en directrices las cuales desembocan en acciones y actividades.

Hay que identificar dónde se ubican las políticas públicas, cuál es su universo, es decir dónde se encuentran. Iniciamos definiendo de lo que es un sistema político, dónde opera un sistema político, cuál es su campo de acción, cuáles son sus elementos esenciales; es decir, que todo esto nos sirva como marco de referencia para

poder definir lo que son las Políticas Públicas, los elementos que las componen, así como su desarrollo e importancia.

Cuando la política ya no es actividad exclusiva de unos pocos, cuando se generaliza y se hace anónima en decisiones tan trascendentes como la elección de los gobernantes, surge la necesidad de estudiarla de una manera distinta, haciendo uso como en la sociología y la economía, del método empírico y las técnicas estadísticas. Las políticas públicas representan un tema de mucha importancia en el estudio de las Ciencia Política.

Patricia Alvear, SENPLADES (2011), un conjunto de decisiones y estrategias adoptadas por una autoridad legítima para resolver problemas públicos complejos. En tal sentido, una política pública es una directriz general que refleja la prioridad y voluntad política del gobierno para modificar una situación determinada. En la práctica, las políticas públicas funcionan como instrumentos que permiten al Estado garantizar los derechos humanos y ambientales, vinculando las necesidades sociales de corto plazo con una visión política a mediano y largo plazo, para así eliminar inequidades. La interrelación de las decisiones de los distintos actores públicos.

Entonces, al ser las políticas públicas procesos deliberadamente diseñados y planificados, con objetivos, cursos de acción y lineamientos establecidos, que demandan una variedad de recursos y requieren la interacción entre actores políticos y sociales, podemos afirmar: la política pública se define como un curso de acción de la gestión pública que institucionaliza la intervención pública en respuesta a un problema social identificado como prioritario, y que se convierte de esta manera en materia de política de Estado.

En esa medida, las políticas públicas son un instrumento que permite al Estado cumplir con sus obligaciones de respetar, proteger y realizar los derechos humanos y de la naturaleza, eliminar inequidades y transversalizar enfoques tradicionalmente marginados o minimizados, a la vez que vinculan las necesidades de corto plazo del Estado con una visión política a mediano y largo plazo.

A las ministras y ministros de Estado les corresponde, entre otras funciones, ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo. Al hablar de políticas públicas sectoriales, se refiere a las políticas del nivel de ministerios y secretarías ejecutoras, a través de las cuales se expresa su rectoría.

Instrumento del cual se sirve el gobierno para desarrollar su acción en un proceso participativo, buscando el consenso entre los actores que son favorecidos o afectados por la política pública. Son todas las acciones que ejecuta el Estado, todo lo que hace para lograr los fines de la nación.

En conclusión, una política pública es la gestión que permite a las autoridades cumplir sus objetivos en beneficio de la población de una comunidad, mediante el cumplimiento que los pobladores dan a dicha política.

Leyes, reglamentos y normas

Ley

En la Enciclopedia Jurídica OMEBA, se plantea: en su acepción más amplia, denominase ley a la expresión conceptual de las relaciones establecidas entre dos o más fenómenos. Esta expresión puede referirse a la relación objetiva establecida solo por el conocimiento, como ocurre en el caso de la ley causal o ley natural, que es un juicio mediante el cual se enuncia, de modo constante y general, el enlace existente entre dos o más fenómenos naturales.

Desde el punto de vista jurídico se habla de ley en un doble sentido: uno, amplio, para designar a toda norma jurídica instituida en determinado tiempo y lugar; y uno estricto, para denominar a las normas jurídicas elaboradas por órganos estatales con potestad legislativa.

Precepto dictado por una suprema autoridad, en que se manda o prohíbe una cosa. Disposición dictada por el parlamento y sancionada por el jefe del Estado.

Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe (2008), mencionan que es una norma o regla establecida por la autoridad competente para regular algo. Es el conjunto de normas o reglas establecidas por órganos que lo aplican. Una disposición votada por las Cortes de un régimen constitucional y sancionada por el jefe de Estado.

Reglamento:

Norma, emanada del poder ejecutivo, cuya finalidad es desarrollar los preceptos de una ley.

Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe (2008), mencionan que es el conjunto de reglas o normas que regulan la aplicación de una ley, el régimen de una corporación, la actividad de un deporte, etc. Acto normativo dictado por la administración del estado en virtud de su competencia propia.

Enciclopedia Jurídica OMEBA (2008), expone: Decreto, resolución que dicta una persona investida de autoridad en ejercicio de sus funciones, sobre un asunto o negocio de su competencia. Es una decisión de carácter imperativo, cuya validez se precisa en la esfera propia del órgano del Estado de cual emana. Por su propia substancia implica el poder de decidir, mandar, fallar u ordenar, que puede manifestarse en un acto de autoridad ejecutiva como expresión general o particular de la actividad administrativa; en un acto judicial como determinación de un juez o tribunal en uso de sus facultades jurisdiccionales, o en un acto de autoridad militar como una orden vigente en la estructura jerárquica castrense, impuesta por un superior a un inferior para su efectivo cumplimiento.

Norma:

Francisca Bajo, Isabel Brosa y Regino Exabe, (2008), mencionan que es una regla general sobre el modo de comportarse o de hacer algo, o por la que se rige la mayoría de las personas. Mandato que establece la forma en que ha de ordenarse una relación social.

Enciclopedia Jurídica OMEBA, expone:

- **Norma Fundamental:** Precepto fundante de la validez y la unidad de todo un orden normativo. La condición esencial para que un conjunto de normas constituya un orden, un sistema, es que todas ellas puedan ser referibles a una única norma que las fundamente, unifique y coordine en sus respectivos ámbitos de validez. Las investigaciones de Hans Kelsen han puesto en descubierto que la norma fundamental de un orden jurídico positivo cumple una distinta función fundante. Puesto que las normas jurídicas creadas y aplicadas por los actos del hombre pueden tener cualquier contenido, la función unificadora y convalidante de su norma fundamental tiene un sentido dinámico-formal y no estático-material.
- **Norma jurídica:** Significación lógica creada según ciertos procedimientos instituidos por una comunidad jurídica y que, como manifestación unificada de la voluntad de ésta, formalmente expresada a través de sus órganos e instancias productores, regula la conducta humana en un tiempo y un lugar definidos prescribiendo a los individuos, frente a determinadas circunstancias condicionales, deberes y facultades, y estableciendo una o más sanciones coactivas para el supuesto de que dichos deberes no sean cumplidos.

Una ley, reglamento y norma surgen de la iniciativa que poseen las autoridades por lograr el funcionamiento y desarrollo de un territorio junto con su población.

Responsabilidad Social Empresarial

PRO Humana (2011), es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

Puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

Según Juan Pablo Samaniego (2011), la responsabilidad social ha tomado auge en todo el mundo. Sin embargo, subsiste una desorientación en cuanto al real significado y al alcance que posee.

El desarrollo y avance de las conductas sociales y ambientalmente responsables a nivel global suponen una alternativa y principio de solución para una serie de problemas que hoy se enfrenta no sólo en los países latinoamericanos, sino a escala global. La responsabilidad social empresarial alude a un modelo estratégico de gestión de empresas e industrias, gobiernos, sindicatos, trabajadores y organizaciones no gubernamentales, que contempla los impactos económicos sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial.

Implica, por tanto, el compromiso renovado de las empresas con la comunidad, su entorno y con sus diversos públicos de interés (empleados, accionistas, medioambiente proveedores, clientes y consumidores, la sociedad en su conjunto). Gestionar los negocios bajo este nuevo paradigma ético y socialmente responsable implica un trabajo gradual, progresivo y sostenido en el tiempo.

Una gestión socialmente responsable trae su ruta clara de por dónde caminar en responsabilidad social empresarial y se puede señalar algunos aspectos: atraer y retener inversionistas, reducir riesgos y costos, apoyar políticas públicas y fortalecer a las instituciones del conjunto social, licencia social para operar, promover la creación

de nuevas oportunidades de negocio, estimular la competitividad sostenible, mejorar la reputación corporativa y fortalecer la marca, fidelizar clientes, atraer y retener los mejores colaboradores.

Bajo responsabilidad social surge, lograr y hacer la transferencia desde el concepto general a lo que efectivamente éste significa para cada empresa en particular, partiendo de sus propias características y las del entorno en el cual desempeña su actividad económica. Es posible entender la responsabilidad social de las empresas como la voluntaria integración de las preocupaciones sociales en el conjunto de actividades, operaciones comerciales y relaciones con sus interlocutores que se desarrollan en toda actividad empresarial.

Desarrollo socioeconómico

Brito Torres (2012) plantea: El proceso de desarrollo económico y social tiene particularidades de carácter geográfico, relaciones sociales entre nacionalidades y mestizos, relaciones comerciales primarias entre regiones, riqueza natural disponible para actividades económicas, que esgriman interesantes perspectivas en un futuro cercano y de largo plazo. Dentro del marco de las políticas públicas, este trabajo caracteriza cuales son las relaciones visibles existentes entre los actores sociales que fomentan el desarrollo o que se encuentran involucradas en el mismo. Se analiza el rol que tiene el gobierno local, el gobierno provincial y los organismos no gubernamentales, como principales actores del proceso y que se encuentran involucrados en la ejecución de planes, proyectos y acciones concretas. La participación es un elemento clave a la hora de definir los lineamientos básicos de un plan estratégico cantonal, así como también las necesidades de los sectores que representan.

Manuel Arias B. (1965) dice: para orientar mejor la acción de desarrollo, muchos países han tenido que hacer un inventario de sus recursos naturales y

examinar la forma en que se aprovechan o desperdician. En base de esto se han preparado proyectos de riego, avenamiento o lucha contra las inundaciones, o para evitar la erosión del suelo, o para incrementar o conservar la riqueza forestal; se plantea también programas para regular la producción agropecuaria, ya aumentando o disminuyendo la superficie de cultivos de acuerdo con las posibilidades de la demanda, sea en base de la explotación de nuevas tierras factibles de colonización o mediante la redistribución de la tierra en zonas de latifundio y fuerte presión demográfica. Crecimiento social donde la economía se basa en el trabajo al nivel de la sociedad y por consiguiente la comunidad se integra de acuerdo al desarrollo de la misma.

A parte de estas medidas, todo programa de desarrollo contempla la mejora de la eficiencia técnica del agricultor con la introducción de nuevos métodos y materiales, con la asistencia técnica y crediticia ágil y oportuna, la implantación de una sólida organización de la comercialización de los productos, etc. Estos planes de fomento pueden comprender un sistema de subsidios a un cultivo determinado, a un sistema a práctica agrícola o para disuadir al agricultor de realizar actos contrarios al interés público.

Además, a través del trabajo y la integración, existe la oportunidad de mejorar la calidad de vida y bienestar en la población.

Autonomía

Ángel Maldonado (2008) dice: La palabra autonomía proviene del griego autónomos, compuesto de nomos que significa “ley” y autos que significa propio, por si mismo, implica la posibilidad de darse su propia ley; para regir intereses peculiares de su vida interior, mediante normas y órganos de un gobierno propio.

Libertad de un gobierno, país, etc., para regirse por sus propias leyes. Capacidad de una nacionalidad, región, provincia, municipio u otra entidad, integrada en un estado, para gobernarse mediante normativas y poderes propios.

Enciclopedia Jurídica OMEBA (2008) expone: El sentido de esta palabra ha variado con el tiempo. Los griegos llamaban “autonomoi”, y los romanos “autonomi” a los estados que se gobernaban por sus propias leyes y no estaban sometidos a ningún poder extranjero. Este es el verdadero significado de la palabra, según el cual autonomía equivale a independencia, y solo puede aplicarse a los estados independientes. No obstante, de un estudio histórico, surge que no siempre se ha dado a la palabra su verdadera acepción.

Algunos autores hablan de la autonomía de los municipios de la Edad Media, a causa de que ellos se regían muchos de ellos por fueros. Sin embargo, es discutible este criterio por cuanto los mencionados fueros eran otorgados por el rey, y no eran fruto de la propia decisión de tales municipios. De estos fueros fue resultando una fuerza propia en las ciudades, que creó una conciencia de autonomía y produjo luchas intestinas con los poderes centrales.

Actualmente se habla de autonomías regionales, provinciales y comunales, con distintos alcances, pero nunca con la significación de independencia, sino de descentralización política. Debe entenderse, en su acepción actual, como facultad de una comunidad humana de gobernarse a sí misma, mediante sus leyes propias, y por autoridades elegidas de su seno.

También se puede definirla, dentro del sistema de descentralización política de algunos Estados modernos, como la facultad de algunos territorios subordinados a un Poder central, de tener su propio gobierno, dictar sus leyes y elegir sus autoridades, bajo la tutela del poder central de acuerdo a los principios generales que rigen las instituciones políticas del Estado al cual pertenecen. Tal definición comprende el caso de las provincias de un sistema federal de gobierno como el de la mayoría de los países americanos.

Así, el artículo 5^o de la Constitución Nacional declara expresamente: “Cada Provincia dictará para sí una Constitución bajo el sistema representativo republicano, de acuerdo con los principios, declaraciones y garantías de la Constitución Nacional; y que se asegure su administración de justicia, su régimen municipal, la educación primaria, y la cooperación requerida por el Gobierno Federal a fin de hacer cumplir esta Constitución y las leyes de la Nación que en su consecuencia se dicten. Con estas condiciones el Gobierno Federal garantiza a cada provincia el goce y ejercicio de sus instituciones”. De acuerdo a estos principios, las provincias se dan sus instituciones locales y se rigen por ellas. Eligen sus gobernadores, legisladores y demás funcionarios sin la intervención del gobierno nacional. Pueden celebrar tratados parciales para fines de administración de justicia, de intereses económicos y trabajos de utilidad común, de conocimiento de Congreso federal; y promover su industria, la inmigración, la construcción de ferrocarriles y canales navegables, la colonización de tierras de propiedad provincial, la introducción y establecimiento de nuevas industrias, la importación de capitales extranjeros y la exploración de sus ríos, por leyes protectoras a estos fines y con sus recursos propios. En cambio, no pueden celebrar tratados parciales de carácter político ni expedir leyes sobre comercio o navegación interior o exterior; ni establecer aduanas provinciales; ni acuñar monedas; ni establecer Bancos con facultad de emitir billetes sin autorización de Congreso; ni dictar los códigos reservados por la Constitución al Congreso Nacional; ni dictar leyes sobre ciudadanía o naturalización, bancarrotas, falsificación de monedas o documentos del Estado; ni establecer derechos de tonelaje, ni armar buques de guerra o levantar ejércitos, salvo en el caso de invasión exterior o de un peligro tan inminente que no admita dilación, de lo que dará cuenta el Gobierno; ni nombrar o recibir agente extranjeros; ni admitir nuevas órdenes religiosas. Ninguna Provincia puede declarar o hacer guerra a otra Provincia. Sus quejas deben sometidas a la Corte Suprema de Justicia y dirimidas por ella.

- **Autonomía Contractual:** Es solo un aspecto de la autonomía de la voluntad. Definese ésta como el poder y la facultad del sujeto de regular por sí mismo

sus intereses y relaciones jurídicas, y puede tener dos funciones distintas: a) construir una fuente de de normas jurídicas destinadas a integrar el ordenamiento, y tal parece haber sido el sentido prístino de la palabra; b) ser presupuesto y fuente de relaciones jurídicas ya disciplinadas por ese mismo ordenamiento.

Con una u otra función, la teoría abarca todo el ámbito del Derecho. La segunda se refiere más estrictamente al Derecho privado, y ciñéndonos a su campo, se vinculan a ella una serie de instituciones: en las facultades del propietario, en el testamento, se encuentran importantes aplicaciones de la teoría; pero es en materia contractual donde ha sido objeto de un mayor examen y debate. Cabe, sin embargo, señalar que siguiendo la tendencia metodológica moderna, su colocación tiende a desplazarse de la teoría general de los contratos a la de los actos o negocios jurídicos.

Es considerada como la libertad, del propio gobierno, otorgada a una jurisdicción política menor.

Descentralización

Gustavo Hidalgo, (2011) dice, es la transferencia definitiva de funciones, atribuciones, responsabilidades y recursos, especialmente financieros, materiales y tecnológicos de origen nacional y extranjero, de que son titulares las entidades de la Función Ejecutiva hacia los Gobiernos Secciones Autónomas a efectos de distribuir los recursos y los servicios de acuerdo con las necesidades de las respectivas circunscripciones territoriales. Las autoridades de un territorio determinado toman como responsabilidad el trabajo según sus normas y leyes, sin embargo, se respeta la ley más importante de la Constitución.

Enciclopedia Jurídica OMEBA (2008) expone: El problema de la descentralización, dentro del Derecho Público político, comprende dos aspectos

diversos: el de la Descentralización Política, que hace la estructura del Estado; y el de la Descentralización Administrativa, que hace a la organización de los servicios públicos. El vocablo descentralizar, que significa lo opuesto a centralizar o concentrar, proviene etimológicamente del griego (centro). La descentralización es un fenómeno que aun cuando de larga data en el dominio de la historia institucional, se acentúa contemporáneamente, como presupuesto de la moderna organización del Estado y de la administración pública. El concepto Descentralización en lo político es correlativo a la autonomía y en lo administrativo a la autotarquía. Hay dos tipos concretos y definidos de descentralización:

- **Descentralización administrativa:** se desarrolla en el ámbito del derecho administrativo y en la ciencia de la administración y se vincula a la organización de los servicios, respondiendo por tanto a las circunstancias de la orden técnico (como la descentralización funcional).

Es necesario distinguir, en este último aspecto, la descentralización administrativa propiamente dicha, que se opera mediante la creación de entes u organismos autotárquicos (de administración por los mismos, sin dependencia jerárquica en el orden administrativo común o general), de la mera descentralización burocrática o de oficinas o reparticiones públicas, imperativo, ineluctable en estructura moderna del poder administrador como consecuencia del principio de la división del trabajo, de la especialización en las funciones y la economía de tiempo y gastos. En la descentralización burocrática, que no se interesa al derecho público-político, los organismos especializados integran el orden jerárquico y corresponden a la gradación del mando que se ejercita, en última instancia, por el poder ejecutivo. Hay dirección centralizada y ejecución descentralizada. En la organización burocrática descentralizada, los organismos descentralizados son asesores del poder administrador y cuando tiene facultades resolutivas lo son siempre de carácter delegado y recurrible, por lo tanto la vía jerárquica hasta la fuente de la misma de la cual emana tal delegación, o sea el propio poder ejecutivo.

- **Descentralización política:** se desarrolla en la esfera del Derecho Constitucional y se vincula con la estructura del Estado, respondiendo por lo tanto a antecedentes y circunstancias histórico-políticas. Como bien lo observa Jellinek en su Teoría General del Estado (1900), el Estado centralista, abstracción hecha en las comunidades políticas inferiores, solo se puede ser considerado como un tipo teórico, pero no como un tipo real. Toda división de un Estado en círculos territoriales para los fines de la gestión administrativa y de derecho, llevan necesariamente consigo efectos descentralizadores.

Las autoridades de estas divisiones territoriales no son exclusivamente órganos de ejecución del Gobierno Central, sino que, en determinada circunstancias, son un poder de decisión que queda fuera de la vigilancia y corrección de las autoridades superiores.

El Estado centralista, del tipo también llamado doctrina unitaria, es aquel en el cual toda actividad pública o sea que sirve de imperium, parte del centro del Estado y a él vuelve; es decir, “donde todo lo que cae dentro del círculo del derecho público corresponde a los órganos cuya competencia, desde un punto de vista geográfico, se extiende a todo el territorio del Estado”. El Estado descentralizado, es aquel en el cual los asuntos políticos son ejecutados en mayor o menor escala por órganos o asociaciones políticas con competencia limitada a una región o localidad.

La descentralización, por lo demás está condicionada a las circunstancias políticas e históricas; al desarrollo institucional de cada país. Las peculiaridades y la índole de cada pueblo en la adecuación de las estructuras gubernamentales, señalan los índices de ese grado de descentralización política.

División Territorial Administrativa

MUQUI, Red de Propuesta y Acción (2008) explican, territorio es la superficie terrestre sobre la cual vive un grupo humano o una colectividad política nacional. En los territorios se encuentran condicionantes de orden natural (diversidad

geográfica y ecológica) interactuando con procesos y condiciones de orden económico y social. Esta interacción da lugar a procesos diferenciados de organización del territorio. Es decir, en cada espacio territorial produce una particular articulación entre recursos naturales, físicos, humanos e institucionales. Uno de los resultados de esa interacción son los sistemas de asentamiento y localización poblacional.

La ocupación de un territorio puede ser orientada o espontánea.

Ocupación espontánea: Es guiada por la lógica del mercado o por las motivaciones de los grupos de interés. Este tipo de ocupación produce desequilibrios espaciales (de población, de trabajo; de nivel de vida y de actividad; de infraestructura y equipamiento, etc.), los cuales dan lugar a actividades económicas desvinculadas del medio con un comportamiento insostenible en el largo plazo, destrucción de recursos, degradación ambiental, uso desordenado del suelo y exclusión social

El ordenamiento territorial constituye una búsqueda de racionalidad en la ocupación del espacio nacional y en el aprovechamiento competitivo y la articulación de los recursos naturales, humanos e institucionales. Alcanzar un desarrollo homogéneo, que beneficie a todo el país y que permita dar un uso adecuado y sostenible a los recursos naturales pasa por políticas de ordenamiento territorial. Es decir, pensar en el desarrollo supone proyectarse en el espacio teniendo en cuenta sus características y la forma en que éste viene siendo ocupado, para reorientarlo según los fines y metas que las sociedades deseen conseguir.

Domingo Gómez Orea (2002), es un Ordenamiento Territorial como un instrumento que forma parte de la política de Estado sobre el Desarrollo Sostenible. Es un proceso político, que involucra la toma de decisiones concertadas de los actores sociales, económicos, políticos y técnicos, para la ocupación ordenada y uso sostenible del territorio.

Universidad Central de Venezuela (2012), tiene como función principal dar soporte a todas las labores que realizan las unidades operativas, esta conformada por el Personal Directivo, Jefe de la División Administrativa, Departamento Administración, Departamento de Recursos Humanos, Asesoría Jurídica, Departamento de Planificación y Control y Departamento de Tecnología de Información y Comunicaciones. En esta División se lleva a cabo la ejecución eficaz del presupuesto asignado, la tramitación de pagos y beneficios al personal, asesorías legales en el ejercicio de las funciones de seguridad y se garantiza el buen funcionamiento de plataforma tecnológica, conectividad e intercambio de la información con las dependencias centrales y organismos de control.

Asimismo, es un proceso técnico administrativo porque orienta la regulación y promoción de la localización y desarrollo de los asentamientos humanos, de las actividades económicas, sociales y el desarrollo físico espacial.

Desarrollo Sostenible

Luis Echarri (1998), dice: el sistema económico basado en la máxima producción, el consumo, la explotación ilimitada de recursos y el beneficio como único criterio de la buena marcha económica es insostenible. Un planeta limitado no puede suministrar indefinidamente los recursos que esta explotación exigiría. Por esto se ha impuesto la idea de que hay que ir a un desarrollo real, que permita la mejora de las condiciones de vida, pero compatible con una explotación racional del planeta que cuide el ambiente.

Según la Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo (1987), es el desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades.

- **Objetivos:**

- Satisfacer a las necesidades del presente, fomentando una actividad económica que suministre los bienes necesarios a toda la población mundial, “las necesidades básicas de los pobres del mundo, a los que se debe dar una atención prioritaria”.
- Satisfacer las necesidades del futuro, reduciendo al mínimo los efectos negativos de la actividad económica, tanto en el consumo de recursos como en la generación de residuos, de tal forma que sean soportables por las próximas generaciones. Cuando nuestra actuación supone costos futuros inevitables, se deben buscar formas de compensar totalmente el efecto negativo que se está produciendo.
- **Características:**
 - Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental.
 - Asegura que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.
 - Usa los recursos eficientemente.
 - Promueve el máximo de reciclaje y reutilización.
 - Pone su confianza en el desarrollo e implantación tecnologías limpias.
 - Restaura los ecosistemas dañados.
 - Promueve la autosuficiencia regional.
 - Reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano.

Para un Desarrollo Sostenible se necesita un Cambio de Mentalidad:

En la mentalidad humana está firmemente asentada una visión de las relaciones entre hombre y la naturaleza que lleva a pensar que:

- Los hombres civilizados están fuera de la naturaleza y no son afectados por sus leyes.
- El éxito de la humanidad se basa en el control y el dominio de la naturaleza.

- La tierra tiene una ilimitada cantidad de recursos a disposición de los humanos.

El punto de vista del desarrollo sostenible pone el énfasis en que se debe plantear las actividades “dentro” de un sistema natural que tiene sus leyes. Se debe usar recursos sin trastocar los mecanismos básicos del funcionamiento de la naturaleza.

Un cambio de mentalidad es lento y difícil. Requiere afianzar unos nuevos valores. Para hacerlo son de especial importancia los programas educativos y divulgativos. Tiene mucho interés dar a conocer ejemplos de actuaciones sostenibles, promover declaraciones públicas y compromisos políticos, desarrollar programas que se propongan fomentar este tipo de desarrollo.

En la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992 las Naciones Unidas establecieron una Comisión para el Desarrollo Sostenible que puede tener un importante papel a la hora de impulsar este cambio de mentalidad. El resultado final principal de esta cumbre fue un documento titulado Agenda 21 en el que se define una estrategia general de desarrollo sostenible para todo el mundo, haciendo especial hincapié en las relaciones norte-sur, entre los países desarrollados y los que están en vías de desarrollo.

En la Unión Europea se elaboró en 1992 el V Programa de acción de la comunidad en medio ambiente con el título de “Hacia un desarrollo sostenible”.

Hipótesis

La comunicación organizacional interna y externa incide en la difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación

La investigación está ubicada en el enfoque: crítico propositivo de carácter cuanti-cualitativo. Se considera Cuantitativo porque se estudiarán varios datos para un análisis referente al problema y su solución; y Cualitativo porque los resultados estadísticos establecerán la importancia y valor de cada dato de información que ha sido estudiado.

Modalidades de Investigación

Bibliográfica-documental

La investigación consigue información de libros, módulos, periódicos, revistas, internet; al igual que de documentos considerados válidos y confiables para la obtención de datos.

De campo

Considerada así porque el investigador se basa en información del lugar mismo donde se producen los acontecimientos, y de esta manera poder intervenir según la realidad.

De intervención Social o Proyecto Factible

Para la elaboración de la indagación, el investigador no se conformará con la observación pasiva de los fenómenos comunicacionales, educativos, económicos,

políticos, etc., sino que además planteará una propuesta de solución al problema investigado.

Nivel o Tipo de Investigación

Exploratorio: La investigación se basa en el nivel exploratorio porque realizará una indagación de la situación actual, así como la relación con su entorno. Para dar una respuesta y propuesta factible con una metodología adecuada.

Descriptivo: Es descriptivo pues analiza los datos y el impacto del problema, sus causas, situaciones y actitudes predominantes, no solo limitándose a la relación de datos.

Población y muestra

Población del Cantón Mocha	3.779
TOTAL DE USUARIOS	2.744

La población de profesores y estudiantes sobrepasa los 100 elementos, por lo tanto, se obtendrá una muestra representativa a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + N \cdot e^2}$$

n= muestra de estudiantes

Z= nivel de confianza = 1.96

P= probabilidad de ocurrencia = 0,5

Q= probabilidad de no ocurrencia = 0,5

N= población = 70

e= margen de error = 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) 2744}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + 2744 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{2634,24}{0,96 + 6,86}$$

$$n = \frac{2634,24}{7,82}$$

$$n = 336,85$$

Autoridades (Elección popular, libre nombramiento y remoción) del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha.	44
Personal (período fijo) del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha	21
TOTAL	65

La población a investigarse está conformada por 401 individuos.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro N° 1

Variable Independiente: Comunicación Organizacional interna y externa

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La comunicación interna y externa se dirige a los públicos internos y externos de una institución, respectivamente. El adecuado desenvolvimiento de la comunicación entre estos elementos establece canales de entendimiento dentro y fuera de la entidad.	<p>Institución</p> <p>Públicos internos y externos.</p> <p>Canales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones - Eficacia - Eficiencia - Técnicas y de actividades de comunicación utilizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué actividades realiza la entidad para informar a la comunidad del Cantón Mocha? - ¿De quién depende la agilidad de su trámite? - ¿Qué medio es frecuentemente utilizado por la municipalidad para emitir información de interés común en su sector? - ¿De qué manera conoce los acontecimientos que suceden dentro de la municipalidad? 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario estructurado a los pobladores del cantón Mocha. - Encuesta.

Fuente: Yessica Rocha B.

Elaboración: Yessica Rocha B.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro N° 2

Variable Dependiente: Difusión de las políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Proceso que permite la transmisión de información acerca de una entidad pública, para que el usuario pueda acceder a los servicios que brinda dicha institución.	<p>Transmisión</p> <p>Información</p> <p>Servicios</p>	<p>- Punto de transmisión</p> <p>- Datos emitidos</p> <p>- Particularidad</p>	<p>- ¿En qué departamento municipal solicita o realiza su trámite?</p> <p>- ¿Tiene a su alcance toda la información que requiere para el desempeño de sus funciones?</p> <p>- ¿Considera necesario el uso de un departamento de información?</p>	<p>- Cuestionario estructurado a los pobladores del cantón Mocha.</p> <p>- Encuesta.</p>

Fuente: Yessica Rocha B.

Elaboración: Yessica Rocha B.

Técnicas e Instrumentos

Encuesta

Está direccionada a los pobladores del cantón Mocha, y el instrumento es el cuestionario, el cual está constituido con preguntas abiertas y cerradas que permitirán obtener información sobre el tema investigado.

Entrevista

Dirigido a las autoridades principales de la institución. Está compuesto por una serie de preguntas que permitirá establecer una conversación con las autoridades.

Validez y confiabilidad

La validez de los instrumentos se establecerá por la técnica llamada “Juicio de expertos”; y a su vez la confiabilidad se obtendrá a través de la aplicación de una prueba piloto a un grupo reducido de iguales características del universo a ser investigado, para detectar posibles errores y corregirlos a tiempo, antes de su aplicación definitiva.

Plan para la recolección de información

Cuadro # 3

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
2. ¿De qué personas u objetos?	Autoridades, pobladores.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Indicadores
4. ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigadores
5. ¿Cuándo?	Noviembre 2012-Febrero 2013
6. ¿Dónde?	Comunidad del Cantón Mocha.
7. ¿Cuántas veces?	Prueba piloto y prueba definitiva
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas, entrevistas

9. ¿Con qué?	Instrumentos: cuestionario, entrevistas
10. ¿En qué situación?	En el edificio del GAD, durante las horas de atención al público.

Fuente: Yessica Rocha B.

Elaborado por: Yessica Rocha B.

Plan de procesamiento de información

- Estudio de la información recogida; eliminación de información defectuosa: discordante, incompleta, discordante, etc.
- Duplicación de la recolección, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis.
- Manejo de información.
- Análisis estadístico de datos para presentación de resultados.

Análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos, resaltando las tendencias o relaciones fundamentales unánimes a los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico.
- Confirmación de hipótesis. En el momento de la verificación estadística se recomienda contar con la asesoría de un especialista.
- Planteamiento de conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO IV

MARCO ADMINISTRATIVO

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO

Análisis e interpretación de la información

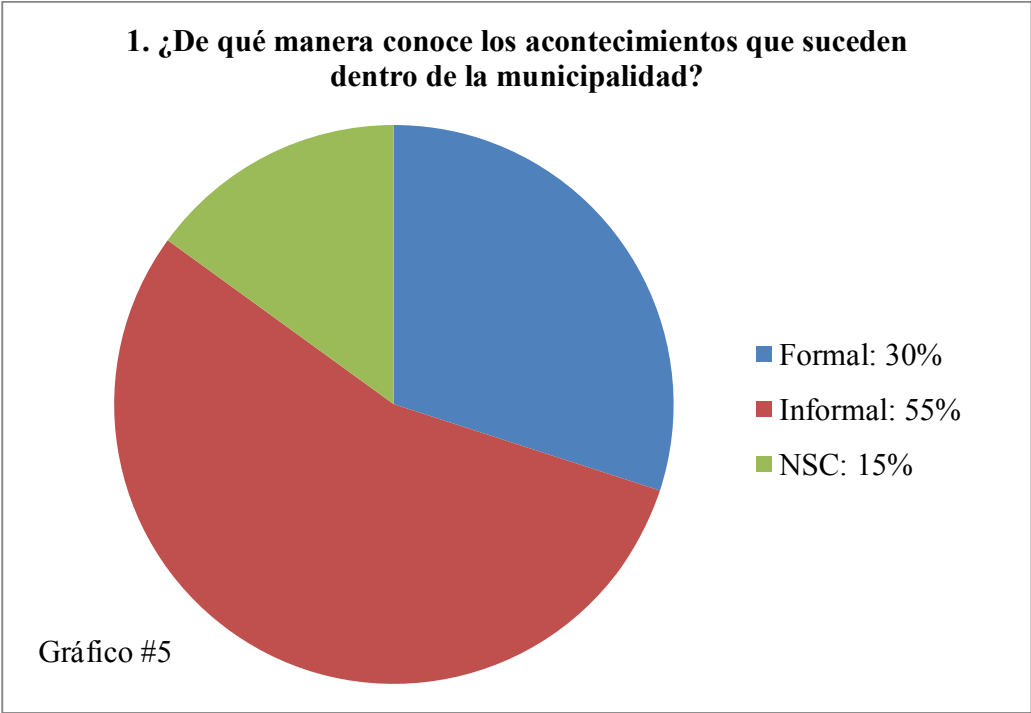
Encuesta: Dirigida al público externo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha.

Objetivo: Obtener información concerniente a la comunicación organizacional externa del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha.

1. ¿De qué manera conoce los acontecimientos que suceden dentro de la municipalidad?

Cuadro 1

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Formal	101	30%
Informal	185	55%
NSC	50	15%
Total	336	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

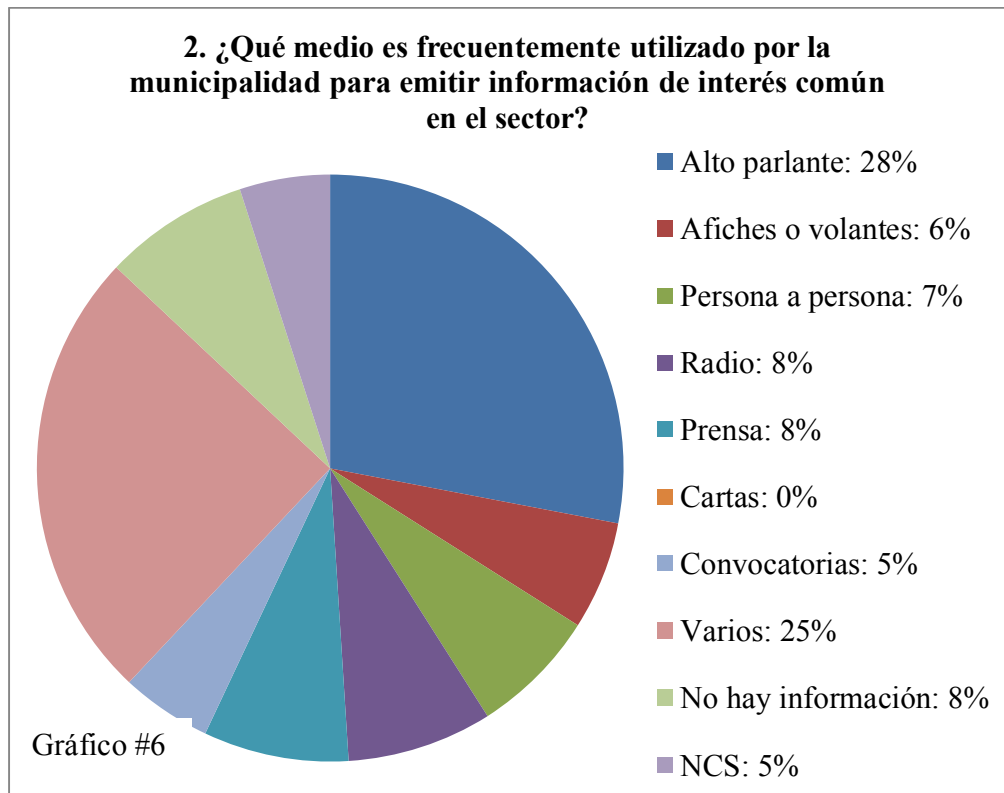
El Cuadro 1, indica que de un total de 336 personas encuestadas en la comunidad del Cantón Mocha, el 30% conoce de los acontecimientos dentro de la Municipalidad de manera formal, mientras que el 55% de la población los llega a conocer de manera informal, y el 15% no contestan a la pregunta al desconocer la manera en la que llegan a saber de los acontecimientos.

El resultado es claro, la mayor parte de la comunidad (55%) del Cantón Mocha conocen de los acontecimientos a través de rumores o conversaciones entre pobladores, lo que lleva a una manera informal de conocer algún tipo de información.

2. ¿Qué medio es frecuentemente utilizado por la municipalidad para emitir información de interés común en el sector?

Cuadro 2

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Alto parlante	94	28%
Afiches o volantes	21	6%
Persona a persona	24	7%
Radio	23	8%
Prensa	27	8%
Cartas	0	0%
Convocatorias	19	5%
Varios	84	25%
No hay información	28	8%
NSC	16	5%
Total	336	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

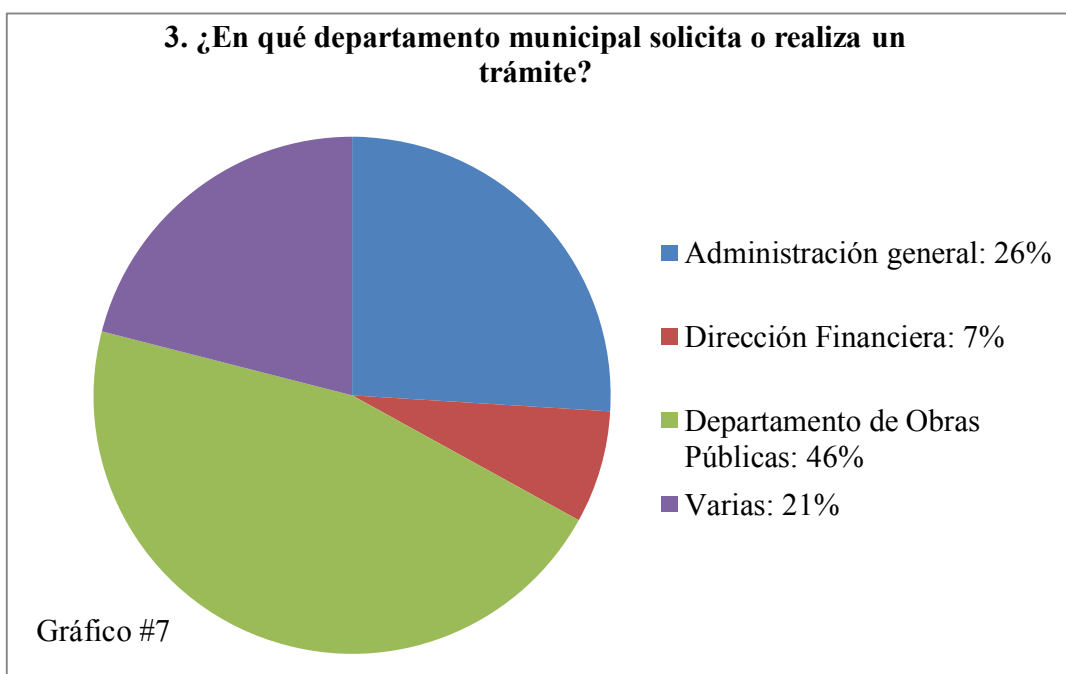
El cuadro 2 muestra que, basado en la respuesta de la comunidad, el medio más común para emitir información por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha es: el alto parlante con un 28%, los afiches son utilizados un 6%, de persona a persona 7%, mediante la radio 8%, prensa 8%, cartas 0%, convocatorias 5%, varios 25%, mientras que el 8% de la población considera que no hay información y el 5% no sabe y no contesta.

Se puede asegurar que, según la población, el medio más utilizado por el GAD para emitir información a la comunidad de Mocha es el alto parlante.

3. ¿En qué departamento municipal solicita o realiza un trámite?

Cuadro 3

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Administración General	86	26%
Dirección Financiera	22	7%
Departamento de Obras Públicas	156	46%
Varias	72	21%
Total	336	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

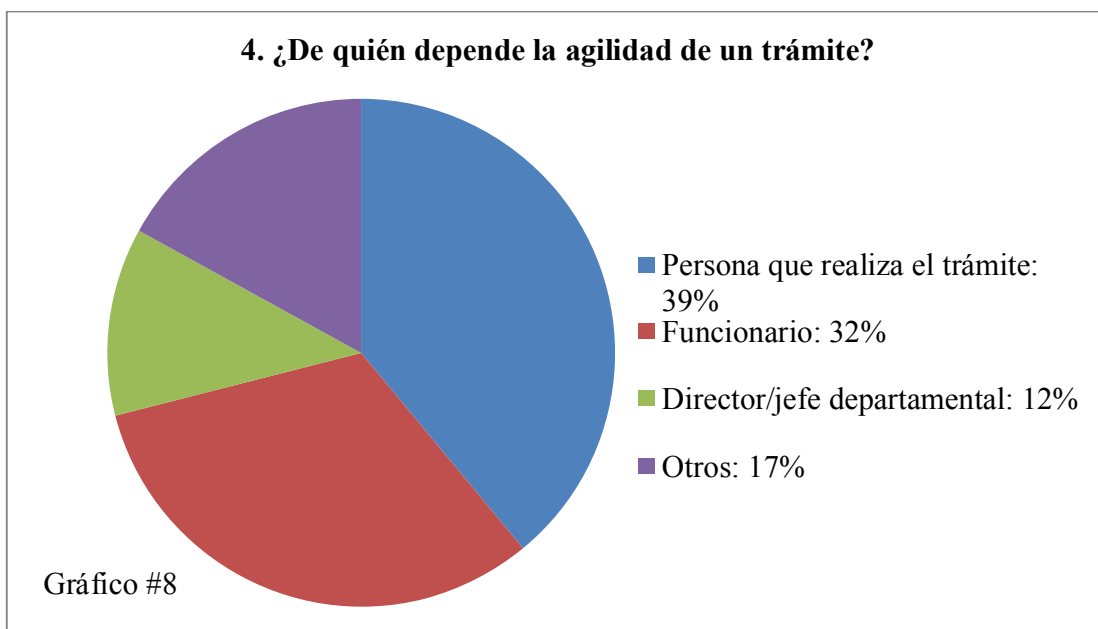
Según el cuadro 3 se puede observar que del 100% de las personas encuestadas el 26% solicita o realiza un trámite e administración general, el 7% lo realizan en Dirección Financiera, y el 46% en el Departamento de Obras Públicas, mientras que el 21% utilizan varios departamentos.

Como indica el cuadro, el Departamento de Obras Públicas es el más utilizado por los pobladores del Cantón Mocha para la realización de trámites.

4 ¿De quién depende la agilidad de un trámite?

Cuadro 4

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
De la persona que lo realiza	132	39%
Funcionario	106	32%
Director/Jefe departamental	39	12%
Otros	59	17%
Total	336	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

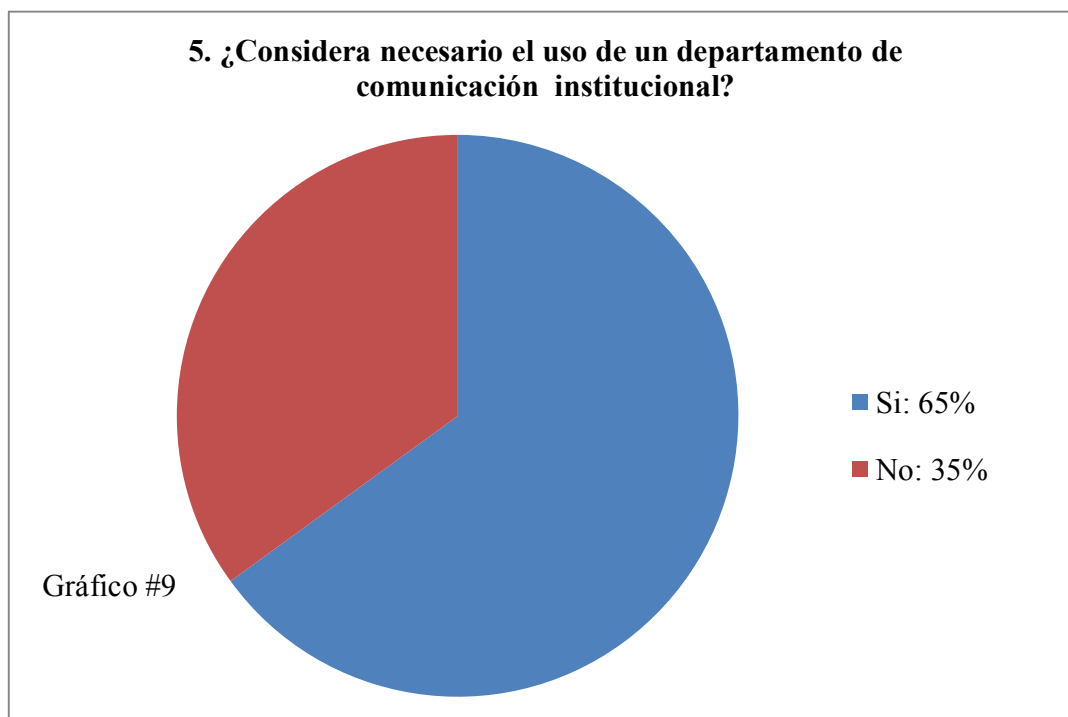
El cuadro 4 indica que la agilidad de un trámite depende, principalmente, de la misma persona que lo realiza, y se lo confirma con la respuesta del 39% de pobladores, el 32% establecen que depende del funcionario, el 12% del jefe departamental y el 17% de otros responsables.

Por lo tanto, según los pobladores, la agilidad de un trámite no depende de nadie más sino de la misma persona que lo aplica.

4. ¿Considera necesario el uso de un departamento de comunicación institucional?

Cuadro 5

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Si	217	65%
No	119	35%
Total	336	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

En el cuadro 5 muestra que para el 65% del grupo de personas encuestadas, el cual está conformado por los pobladores del Cantón Mocha, es necesario el uso de un departamento de comunicación institucional en el GAD; mientras que el 35% de

encuestados consideran poco necesario la implementación de un departamento de este tipo.

Sin embargo, las cifras reflejan que la emisión de información desde un departamento especializado de información sería de mucha ayuda.

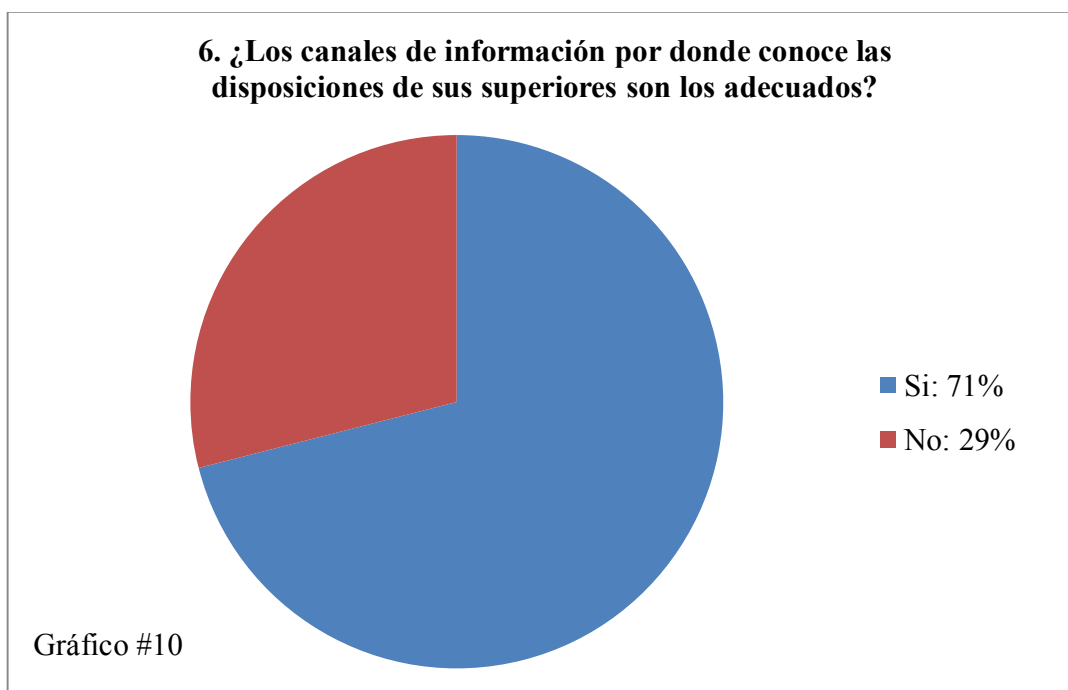
Encuesta: Dirigida al público interno del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha.

Objetivo: Obtener información concerniente a la comunicación organizacional interna del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha.

5. ¿Los canales de información por donde conoce las disposiciones de sus superiores son los adecuados?

Cuadro 6

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Si	15	71%
No	6	29%
Total	21	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuesta.

El 71% de los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha señalan que los canales de información por donde conocen las disposiciones de sus superiores son los adecuados. Mientras que el 29% señalan lo contrario, al escoger la respuesta donde los canales de información no son los correctos.

La información que manifiestan los empleados sobre los canales de información indica que la mayor parte de ellos se siente conforme con la manera de conocer disposiciones de sus superiores.

6. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus superiores?

Cuadro 7

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Escritos	10	48%
Verbales	11	52%
Total	21	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

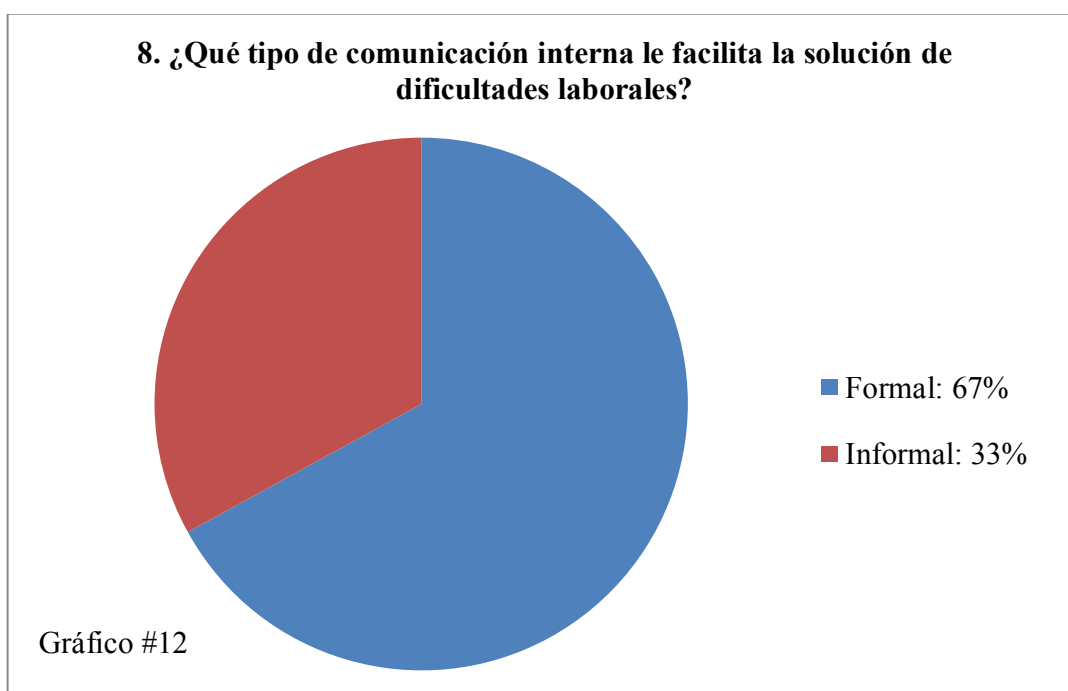
La pregunta número 7 ha encuestado acerca de los medios que los empleados del GAD utilizan para comunicarse con sus superiores, de los cuales el 48% ha indicado que lo hacen utilizando medios escritos; y el 52% lo hacen mediante medios verbales.

En el cuadro se observa que no hay mucha diferencia entre los porcentajes debido a que las dos formas de comunicación, escritos y verbales, son muy necesarios y utilizados dentro de una institución.

7. ¿Qué tipo de comunicación interna le facilita la solución de dificultades laborales?

Cuadro 8

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Formal	14	67%
Informal	7	33%
Total	21	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

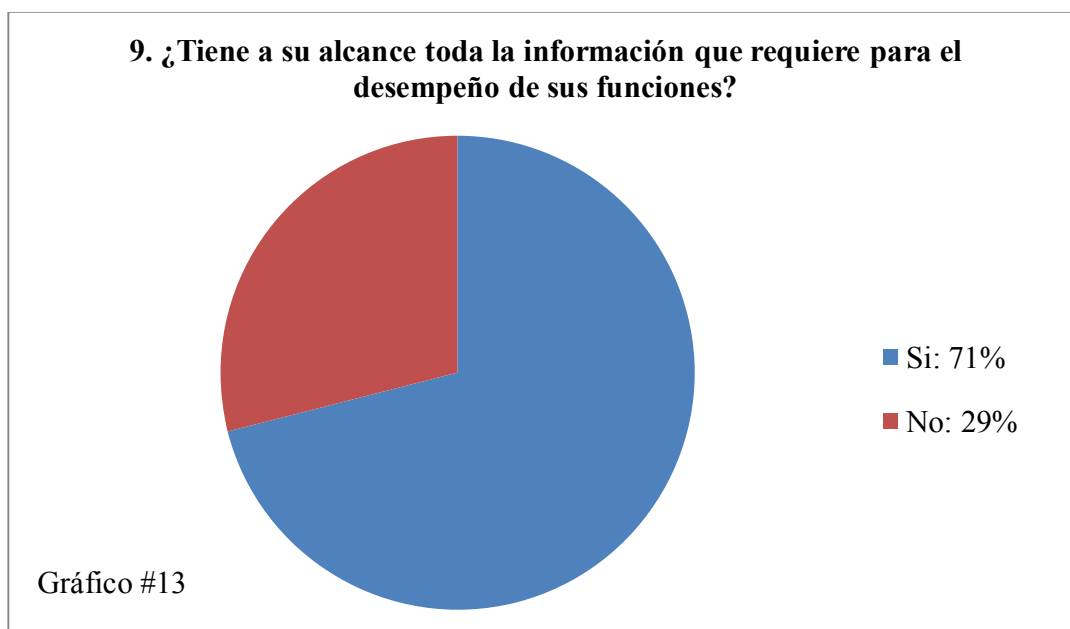
Fuente: Encuestas.

En la pregunta número 8, del 100% de encuestados, el 67% señala que el tipo de comunicación que les facilita la solución de dificultades laborales es la comunicación formal. Y el 33% indica que la comunicación informal les ayuda a la solución de ese tipo de dificultades.

8. ¿Tiene a su alcance toda la información que requiere para el desempeño de sus funciones?

Cuadro 9

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Si	15	71%
No	6	29%
Total	21	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

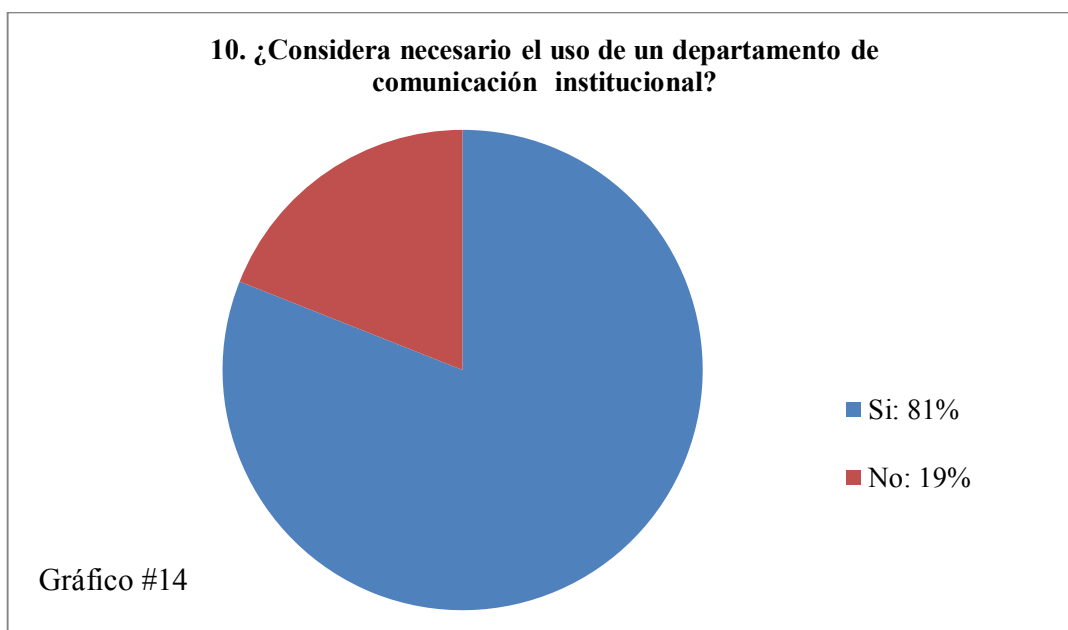
Fuente: Encuestas.

Los datos obtenidos por la pregunta actual se basan en el 69% de todos los encuestados, quienes señalaron que si tienen a su alcance toda la información que requieren para el desempeño de sus funciones, mientras que el 31% de los empleados indicaron lo contrario, es decir, que no tienen a su alcance toda la información requerida.

9. ¿Considera necesario el uso de un departamento de comunicación institucional?

Cuadro 10

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Si	17	81%
No	4	19%
Total	21	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

El 81% del público interno del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha ha indicado que si consideran necesario implementar un departamento de comunicación institucional, mientras que el 19% de ellos piensan que no es necesario.

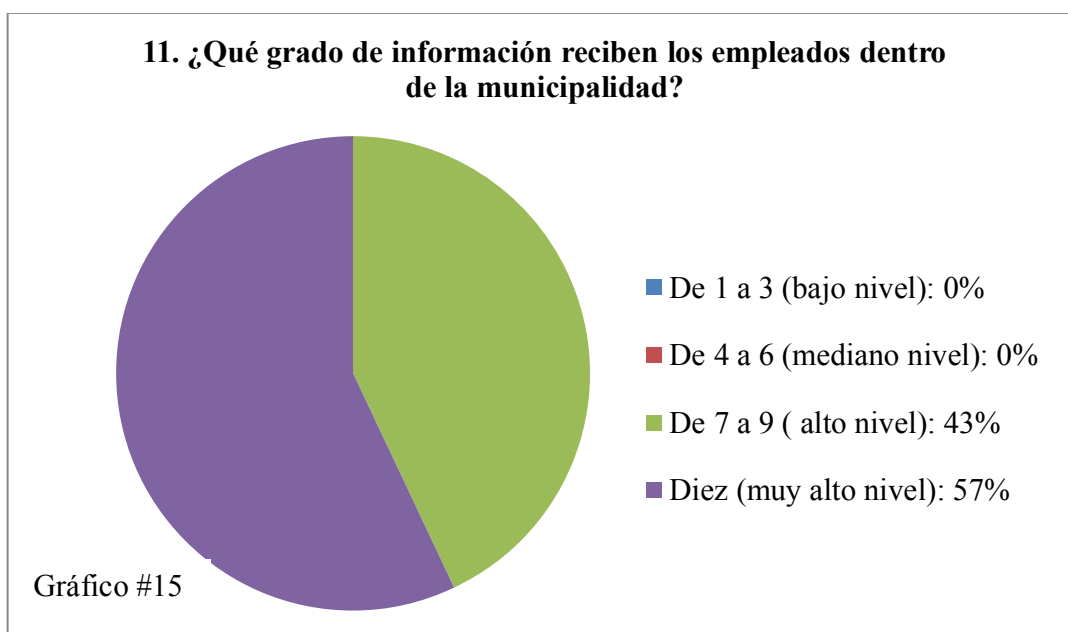
Encuesta: Dirigida a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha.

Objetivo: Obtener información concerniente a la comunicación organizacional interna y externa en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha.

10. ¿Qué grado de información reciben los empleados dentro de la municipalidad?

Cuadro 11

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
De 1 a 3 (bajo nivel): 0	0	0%
De 4 a 6 (mediano nivel): 0	0	0%
De 7 a 9 (alto nivel): 23	19	43%
Diez (muy alto nivel): 29	25	57%
Total	44	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

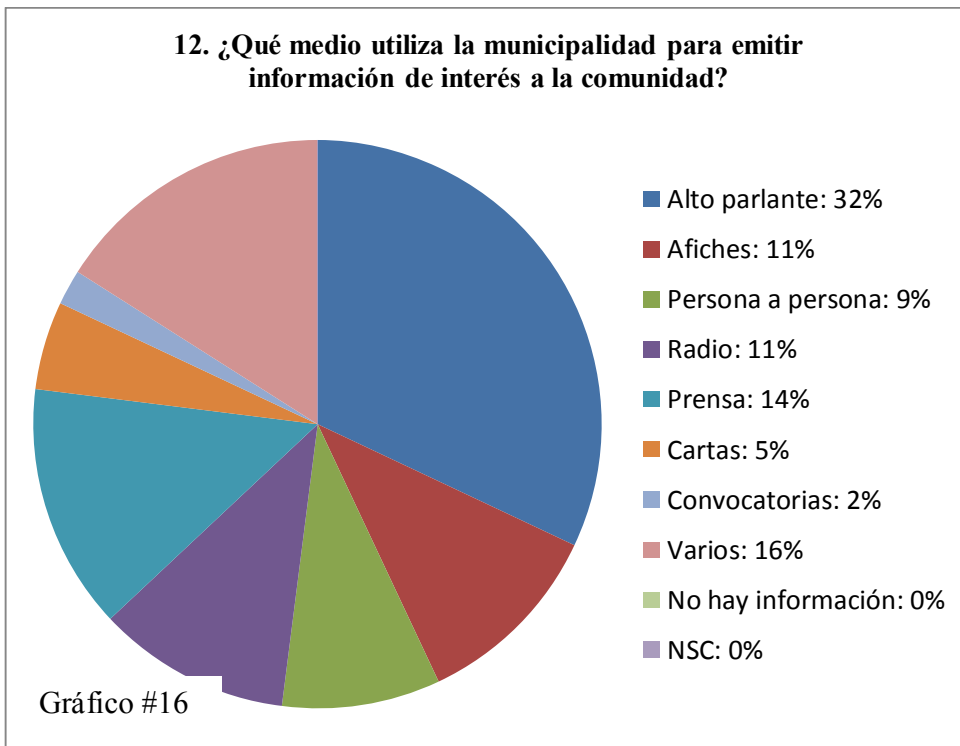
Fuente: Encuestas.

Según la pregunta número 10 dirigida a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado y la respuesta que ellos dieron, se plantea que el grado de información que reciben los empleados dentro del GAD es de alto nivel, según el 44% de los encuestados, y de muy alto nivel según el 56%. De la misma manera, aseguran que no existe un grado de información de medio ni bajo nivel.

11. ¿Qué medio utiliza la municipalidad para emitir información de interés a la comunidad?

Cuadro 12

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Alto parlante	14	32%
Afiches o volantes	5	11%
Persona a persona	4	9%
Radio	5	11%
Prensa	6	14%
Cartas	2	5%
Convocatorias	1	2%
Varios	7	16%
No hay información	0	0%
NSC	0	0%
Total	44	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

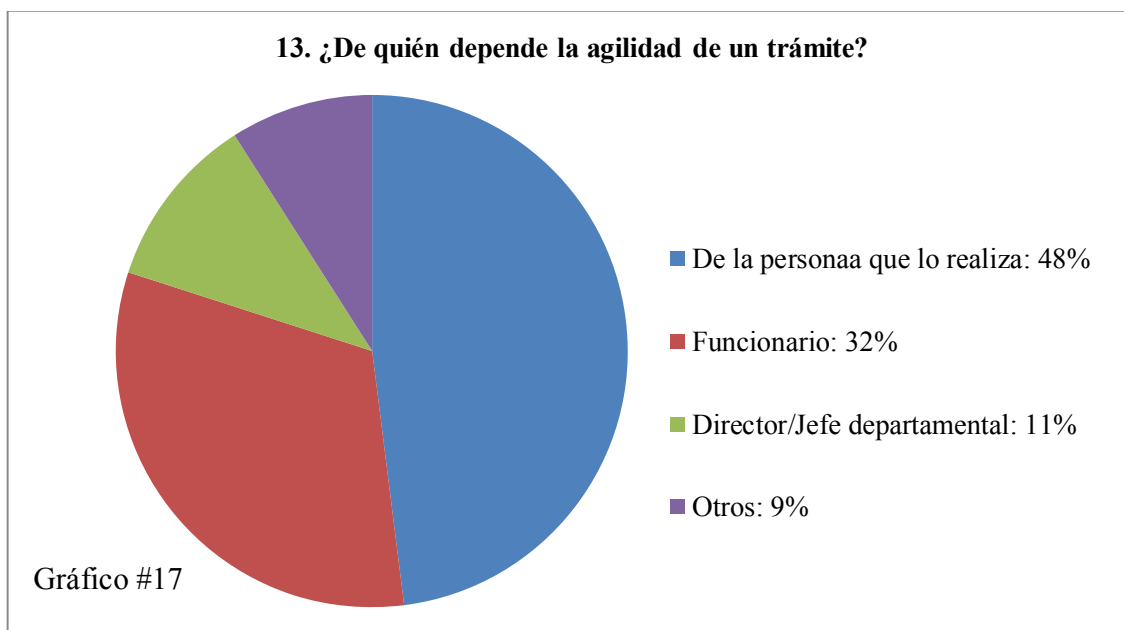
La pregunta 12 muestra que, basado en la respuesta de las autoridades, el medio más común para emitir información por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha es: el alto parlante con un 32%, los afiches 11%, de persona a persona 9%, mediante la radio 11%, prensa 14%, cartas 5%, convocatorias 2%, varios 16%, mientras que el 0% de las autoridades consideran que no hay información y el 0% no sabe y no contesta.

Se puede asegurar que, según las autoridades, el medio más utilizado por el GAD para emitir información a la comunidad de Mocha es el alto parlante.

12. ¿De quién depende la agilidad de un trámite?

Cuadro 13

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
De la persona que lo realiza	21	48%
Funcionario	14	32%
Director/Jefe departamental	5	11%
Otros	4	9%
Total	44	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

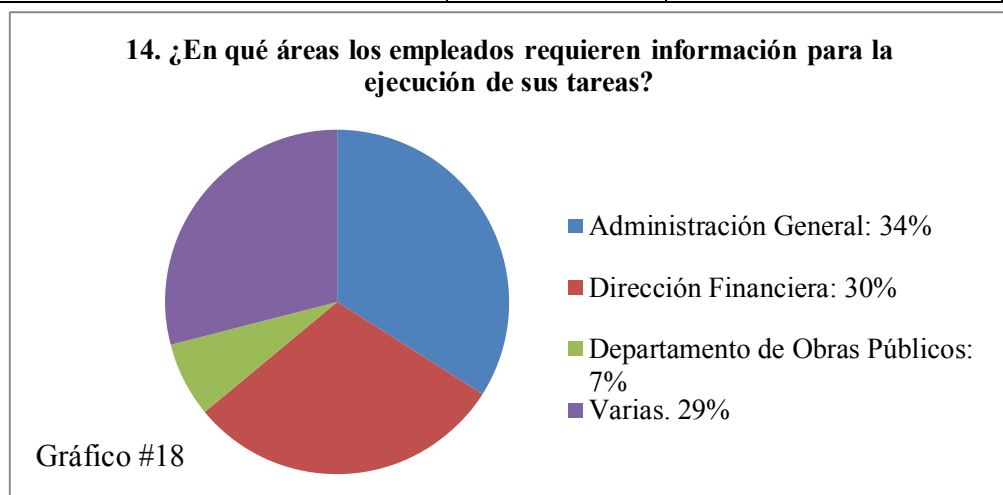
En el cuadro 13 las autoridades indican que la agilidad de un trámite depende, principalmente, de la misma persona que lo realiza, y se lo confirma con la respuesta del 48% de autoridades, el 32% establecen que depende del funcionario, el 11% del jefe departamental y el 9% de otros responsables.

Por lo tanto, las autoridades afirman que la agilidad de un trámite depende de la misma persona que lo realiza.

13. ¿En qué áreas los empleados requieren información para la ejecución de sus tareas?

Cuadro 14

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Administración General	15	34%
Dirección Financiera	13	30%
Departamento de obras Públicas	3	7%
Varias	13	29%
Total	44	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

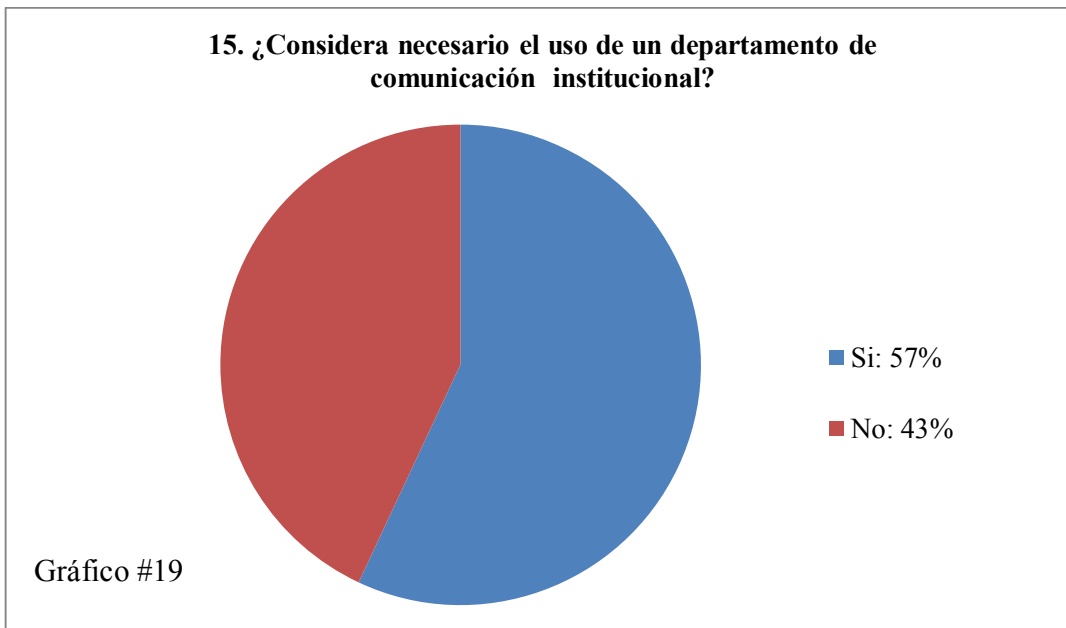
Fuente: Encuestas.

Según la información obtenida en la pregunta número 11, la cual hace referencia a las áreas en las que los empleados requieren información para la ejecución de sus tareas, los datos indican que el 34% de los empleados requieren información en Administración General, el 30% lo hacen en Dirección Financiera, el 7% en el Departamento de Obras Públicas y el resto, que corresponde al 29%, en varios departamentos.

14. ¿Considera necesario el uso de un departamento de comunicación institucional?

Cuadro 15

Respuesta	# de Personas	Porcentaje
Si	25	57%
No	19	43%
Total	44	100%



Elaborado por: Yessica Rocha B.

Fuente: Encuestas.

En el cuadro 15 se señala que para el 57% de las autoridades encuestadas, es necesario el uso de un departamento de comunicación institucional en el GAD; mientras que el 43% de encuestados no consideran tan necesario la implementación de un departamento de este tipo. Sin embargo, los datos indican que la emisión de información desde un departamento especializado de comunicación sería de mucha ayuda.

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Planteamiento de la hipótesis nula y alternativa.

H₀: “La comunicación organizacional interna y externa no incide en la difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013”

H₁: “La comunicación organizacional interna y externa si incide en la difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013” Paso 2. Seleccionar el nivel de significancia.

Proporcionar el estadístico de prueba.

Tal recurso es la distribución Ji cuadrada, que se denota por:

$$X^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$$

En donde:

X²= Chi Cuadrado

O= Frecuencias Observadas

F= Frecuencias Esperadas

ZONA DE ACEPTACIÓN O RECHAZO

Grados de Libertad (gl)= (Filas -1) (Columnas -1)

gl= (f -1) (c -1)

gl= (3 -1) (10 -1)

gl= (2) (9)

gl= 18

Nivel de Significación= 0.05%

El valor tabulado de X² (x² t) con 18 grados de libertad y su nivel de significación del 0.05% es igual al **28.869**

FRECUENCIAS OBSERVADAS (O)											
CATEGORÍAS	Alto Parlan.	Afiches	Persona	Radio	Prensa	Cartas	Convoc.	Varios	No Con.	NSC	TOTAL
Formal- Comunicación	31	10	12	11	9	0	7	15	4	2	101
Informal – Rumor	54	8	7	9	14	0	10	57	18	8	185
No se conoce	9	3	5	3	4	0	2	12	6	6	50
TOTAL	94	21	24	23	27	0	19	84	28	16	336

Elaborado por: Yessica Rocha B.

FRECUENCIAS ESPERADAS (E)										
CATEGORÍAS	Alto Parlan.	Afiches	Persona	Radio	Prensa	Cartas	Convoc.	Varios	No Con.	NSC
Formal- Comunicación	28.25	6.31	7.21	6.91	8.11	0	5.71	25.25	8.41	4.80
Informal – Rumor	51.75	11.56	13.31	12.66	14.86	0	10.46	46.25	15.41	8.80
No se conoce	13.98	3.12	3.57	3.42	4.01	0	2.82	12.50	4.16	2.38

Elaborado por: Yessica Rocha B.

CALCULO MATEMATICO

O	E	O-E	(O-E)	(O-E)/E
31	28,25	2,75	7,563	0,2677
10	6,31	3,69	13,6161	2,1579
12	7,21	4,79	22,9441	3,1823
11	6,91	4,09	16,7281	2,4209
9	8,11	0,89	0,7921	0,0977
0	0	0	0	0,0000
7	5,71	1,29	1,6641	0,2914
15	25,25	-10,25	105,0625	4,1609
4	8,41	-4,41	19,4481	2,3125
2	4,8	-2,8	7,84	1,6333
54	51,75	2,25	5,0625	0,0978
8	11,56	-3,56	12,6736	1,0963
7	13,31	-6,31	39,8161	2,9914
9	12,66	-3,66	13,3956	1,0581
14	14,86	-0,86	0,7396	0,0498
0	0	0	0	0,0000
10	10,46	-0,46	0,2116	0,0202
57	46,25	10,75	115,5625	2,4986
18	15,41	2,59	6,7081	0,4353
8	8,8	-0,8	0,64	0,0727
9	13,98	-4,98	24,8004	1,7740
3	3,12	-0,12	0,0144	0,0046
5	3,57	1,43	2,0449	0,5728
3	3,42	-0,42	0,1764	0,0516
4	4,01	-0,01	1E-04	0,0000
0	0	0	0	0,0000
2	2,82	-0,82	0,6724	0,2384
12	12,5	-0,5	0,25	0,0200
6	4,16	1,84	3,3856	0,8138
6	2,38	3,62	13,1044	5,5061
		0		33,8262

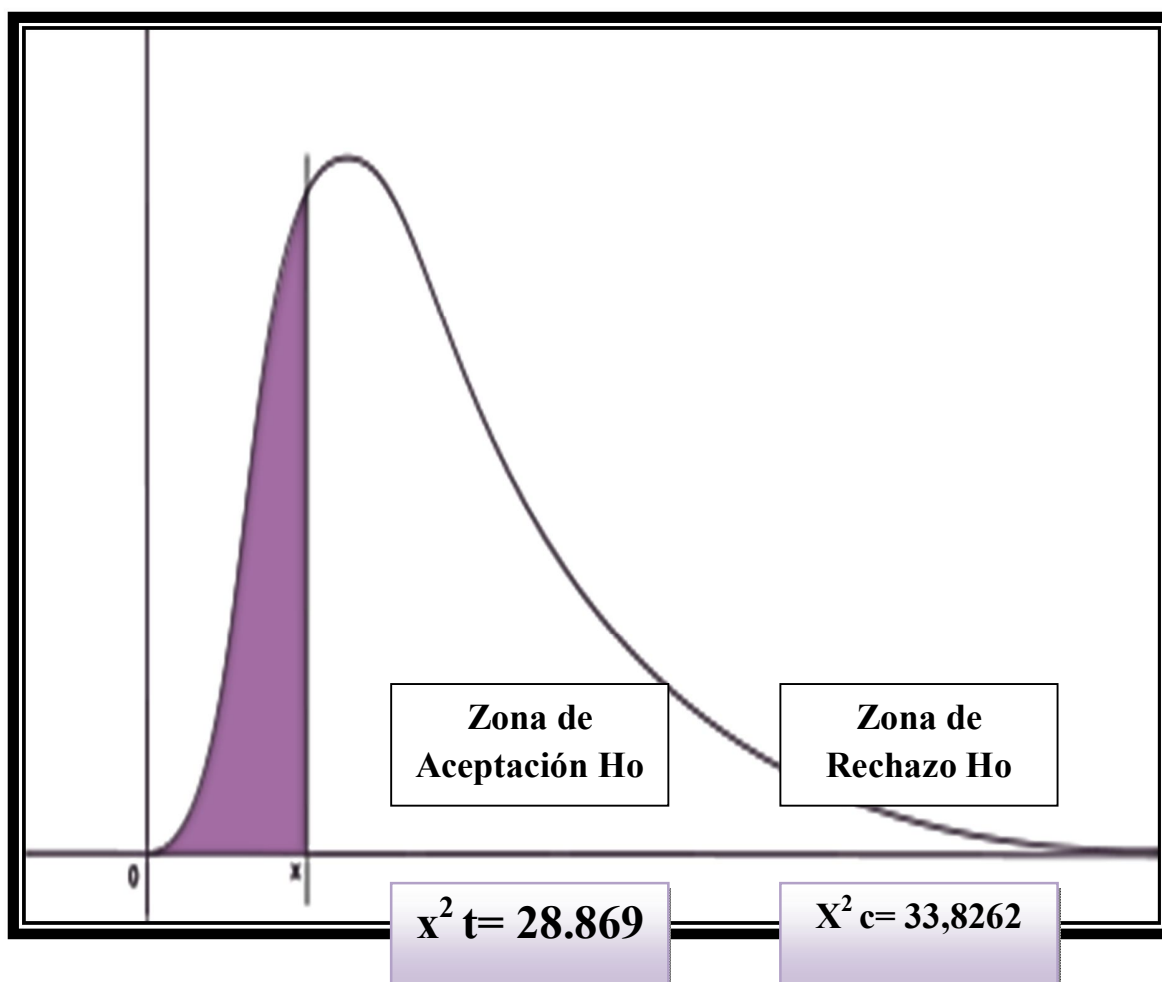
Elaborado por: Yessica Rocha B.

Decisión:

$X^2 c= 33,8262 > x^2 t= 28.869$ se rechaza la Hipótesis Nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H_1)

En tal virtud “La comunicación organizacional interna y externa si incide en la difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013”

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL X^2



Elaborado por: Yessica Rocha B.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- A través de las encuestas dirigidas al público interno, público externo y autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha, se ha investigado que si existe un buen nivel de comunicación organizacional interna y externa dentro de la institución; sin embargo, se considera que los canales de información, especialmente dirigidos a la comunidad, deben ser mejor utilizados al momento de transmitir un acontecimiento al cantón.
- La investigación ha identificado que la comunicación interna de tipo formal es la más utilizada entre el público interno y autoridades al momento de solución de problemas, la misma que se plantea como un medio para transmitir órdenes e instrucciones, o cuestiones relacionadas con el trabajo.
- Mediante los datos obtenidos se ha confirmado los canales de información, tanto para público externo como para público interno, son un medio para la aplicación de políticas públicas dentro y fuera del Gobierno Autónomo Descentralizado.
- La información obtenida del público interno, autoridades y, principalmente, del público externo da a conocer que la propuesta de establecer un departamento de información institucional es adecuada y aceptada.
- Tras haber aplicado el Chi Cuadrado para verificar la hipótesis se obtuvo los siguientes resultados: $X^2 c= 33,8262 > x^2 t= 28.869$ por ende se rechaza la Hipótesis Nula (Ho) y se acepta la Hipótesis Alterna (H1). En tal virtud “La comunicación organizacional interna y externa si incide en la difusión de políticas públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la comunidad del Cantón Mocha en el periodo de Noviembre/2012-Febrero/2013”

RECOMENDACIONES

- Implementar un departamento de comunicación institucional, como espacio exclusivo de información, con el único objetivo de dar a conocer a los habitantes del Cantón Mocha acerca de las políticas públicas, actividades y proyectos dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado.
- Motivar a los elementos que conforman el Gobierno Autónomo Descentralizado para mantener una comunicación de calidad con los usuarios, mientras el departamento de comunicación institucional es implementado.
- Crear y aplicar una forma de comunicación adecuada para el correcto entendimiento entre el departamento de comunicación institucional y la población del Cantón Mocha, debido a los diferentes niveles de educación de cada habitante el lenguaje utilizado debe ser claro, preciso, comprensible y sin tecnicismos.
- Realizar campañas de impulso de proyectos y actividades en la comunidad, para que sus pobladores sientan que son tomados en cuenta al momento de desarrollar una acción en su sector.
- Ejecutar un seguimiento al funcionamiento del departamento de comunicación institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado para conocer el impacto que tiene, en todas las áreas de cobertura, una vez implementado.

CAPITULO VI

PROPUESTA

Tema

Diseño de un Departamento de Comunicación Institucional que optimice la comunicación organizacional interna y externa entre el Gobierno Autónomo Descentralizado y la comunidad del Cantón Mocha.

Institución Ejecutora

Universidad Técnica de Ambato.

Beneficiarios

Comunidad del Cantón Mocha, empleados y autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón.

Ubicación

La implementación de la actual propuesta será realizada en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha, ubicado en Alonso Ruiz y Av. El Rey. Teléfono: 032 779087-032 779057.

Tiempo estimado para la ejecución

Desde Noviembre/2012 hasta Febrero/2013.

Responsable

Yessica Rocha B.

Antecedentes

La existencia de una entidad pública conformada por un amplio personal, como lo es el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha, y su constante vínculo con la comunidad de la zona hace que la comunicación y relación entre ellos sea una forma de vida que se convierte en un reto de emisión y recepción de información de la mejor forma posible.

Al transferir a la comunicación, al mundo de las organizaciones, ésta cobra también una importancia preponderante. La comunicación se da de manera natural en toda organización. Es el proceso social más importante y la capacidad de representar las ideas, las emociones y darlas a conocer a otros hombres, es parte integrante de las organizaciones. Si embargo, no se dedica a la comunicación un área especializada como se lo merece.

Un departamento de comunicación institucional, debido a su propósito, brinda a los usuarios medios de una mejor comprensión de cómo funciona una entidad. Dentro de una entidad, un departamento de comunicación institucional se lo considera también como un departamento de información pública o de un departamento de relaciones con los usuarios, por sus funciones similares y mismos objetivos. Este tipo de departamentos han ayudado a los usuarios a resolver dudas y problemas relacionados con la entidad. Por lo general, su creación también ha sido para lograr que los clientes se encuentren satisfechos con la empresa y sus servicios.

Se esfuerza por fomentar, desarrollar y mantener la comunicación bidireccional positiva entre una entidad, sus empleados y sus usuarios. Es también el objetivo de proporcionar oportunidades significativas para cualquier persona o grupo a participar en el desarrollo institucional de la entidad.

Justificación

El presente proyecto es de gran importancia ya que los pobladores del Cantón Mocha tendrán a su disponibilidad la información adecuada de acuerdo a sus necesidades.

El uso de un departamento de comunicación institucional se presenta como base de la interacción, significación, actores y contexto. La interacción que va más allá del mero intercambio de información y de la negociación. El departamento de información se lo establece para que se convierta en el escenario de intercambio de sentido, donde los mensajes, las personas y la realidad se ponen en relación para que se produzca un intercambio; desde el punto de vista de los actores, son capaces de interpretar, expresar y transformar la cultura y el orden social. Estos actúan en un contexto, que delimita y abre nuevos horizontes.

Este tipo de departamento siempre es un vínculo entre la institución y la comunidad dentro de un contexto que ambos elementos pueden manejar y entender, y permite que la comunicación fluya en todos los aspectos de la vida cotidiana de los pobladores con relación a sus necesidades. Dentro de la institución, el manejo del personal y la información que alcance se debe a un lineamiento que se tiene que seguir para que la información llegue a tiempo y que todas las áreas cumplan los objetivos establecidos. Los programas y proyectos se establecen para mejorar la comunicación vertical, horizontal y diagonal que deben ser ejecutadas por un profesional, que en este caso es un comunicador social, ya que es éste quien conoce la manera más efectiva para llegar, con información a la comunidad donde se requiera que llegue. Del comunicador social encargado del departamento de comunicación social, entre sus habilidades incluyen un alto nivel de destrezas de comunicación, tanto escrita como verbal; es experto en multitarea y gestión del tiempo.

Objetivos

General

- Generar medios de información oportuna sobre, normas, leyes, reglas, actividades y programas, para difundirlo hacia la comunidad, a través de los medios informativos locales.

Específicos

- Establecer canales adecuados de comunicación e información entre el público interno y externo de la institución.
- Perfeccionar los medios de transmisión por los que circula la información institucional.
- Implementar el departamento de comunicación institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocha para mejorar el ámbito de la información e información.

Análisis de factibilidad

El proyecto actual será posible gracias al apoyo de la institución y al suministro de los recursos económicos, materiales y, principalmente, de la información necesaria para el desarrollo de la propuesta y su aplicación. El proyecto contribuirá notablemente en el avance y organización en la transmisión de la información desde la institución hacia la comunidad del cantón.

Por consiguiente, se puede certificar que el proyecto de investigación es factible ya que posee los recursos necesarios para llevar a cabo su aplicación correcta y adecuada.

Fundamentación

Fundamentación Filosófica

La presente propuesta se fundamenta en el paradigma crítico-propositivo el cual se presenta como una alternativa para la investigación social debido a que privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales; crítico por que cuestiona los esquemas molde de hacer investigación comprometidas con lógica instrumental del poder. Propositivo debido a que plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro actividad.

Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador

Sección Tercera

Comunicación e información

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Ley de Transparencia

Art.7.- Por la transparencia en la gestión administrativa que están obligadas a observar todas las instituciones del Estado que conforman el sector público en los términos del artículo 225 de la Constitución Política de la República y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta Ley, se la considera de naturaleza obligatoria:

- a) Estructura orgánica funcional, base legal que las rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables en la entidad; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos.
- b) El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal.
- c) La remuneración mensual por puesto y todo ingreso y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes.
- d) Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones.
- e) Texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes en la institución, así como sus anexos y reformas.
- f) Se publicarán los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción.
- g) Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos.

- h) Los resultados de las auditorías internas y gubernamentales al ejercicio presupuestal.
- i) Información completa y detallada sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones.
- j) Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución.
- k) Planes y programas de la institución en ejecución.
- l) El detalle de los contratos de crédito externos o internos; se señalará la fuente de los fondos con los que pagarán esos créditos. Cuando se trate de préstamos o contratos de financiamiento, se hará constar, como lo prevé la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado y la Ley Orgánica de Responsabilidad y Transparencia Fiscal, las operaciones y contratos de créditos, los montos, plazos, costos financieros o tipos de interés.
- m) Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño.
- n) Los viáticos, informes de trabajo y justificativos de movilización nacional o internacional de las autoridades, dignatarios y funcionarios públicos.
- o) El nombre, dirección de la oficina, apartado de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta ley.
- p) Los organismos de control del Estado, adicionalmente, publicarán el texto íntegro de las Resoluciones Ejecutoriadas, así como sus informes en todas sus jurisdicciones.
- q) Organismos Seccionales: Resoluciones y Ordenanzas.

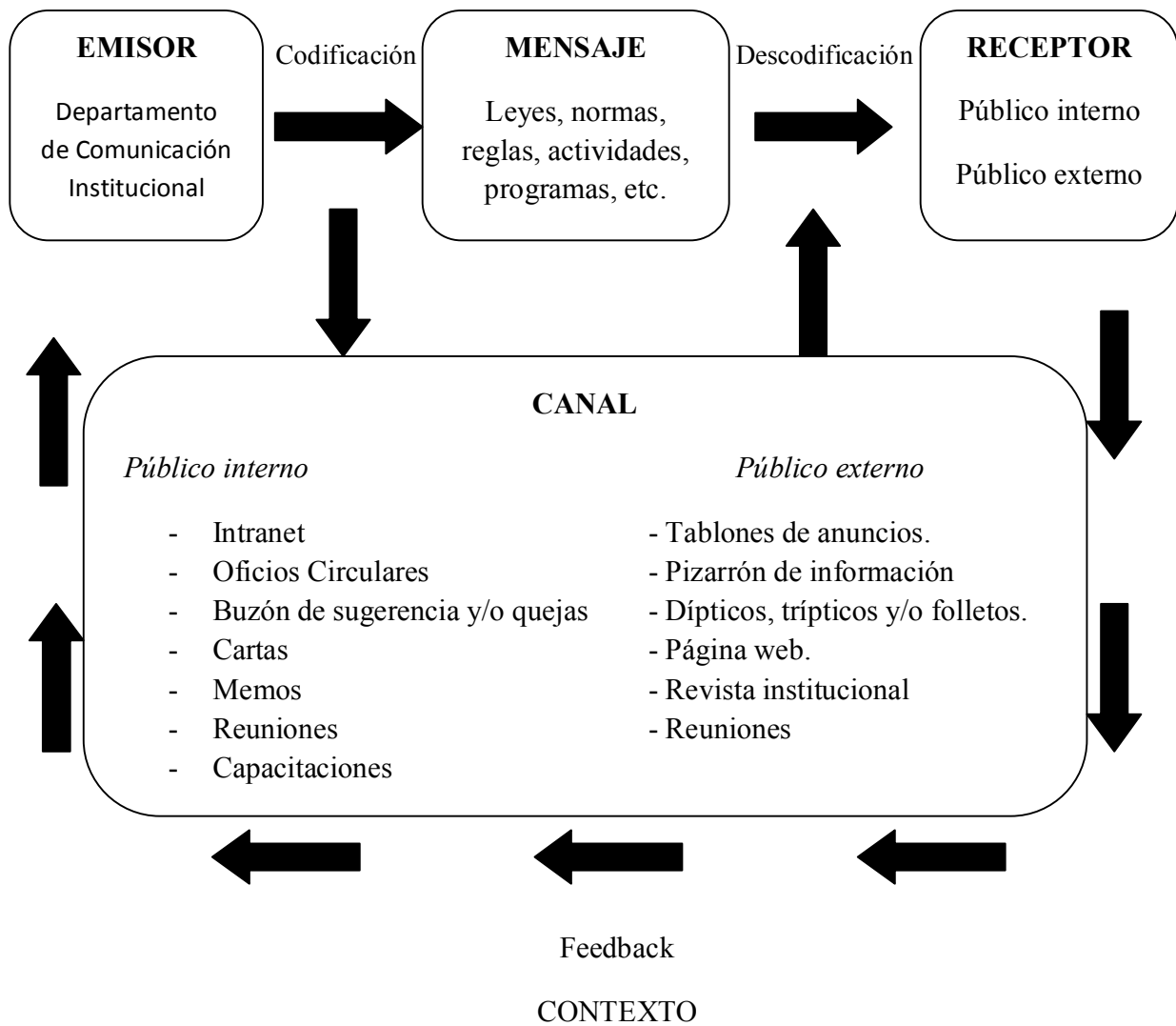
Misión

Ofrecer al Gobierno Autónomo Descentralizado un espacio para la adecuada difusión e intercambio de información de toda actividad correspondiente a la institución.

Visión

Ser el vínculo que conserve la comunicación interna y externa del GAD, aspirando el desarrollo institucional, social, cultural y humano tanto del personal como de la comunidad.

Organigrama



Red de Inclusiones Conceptuales

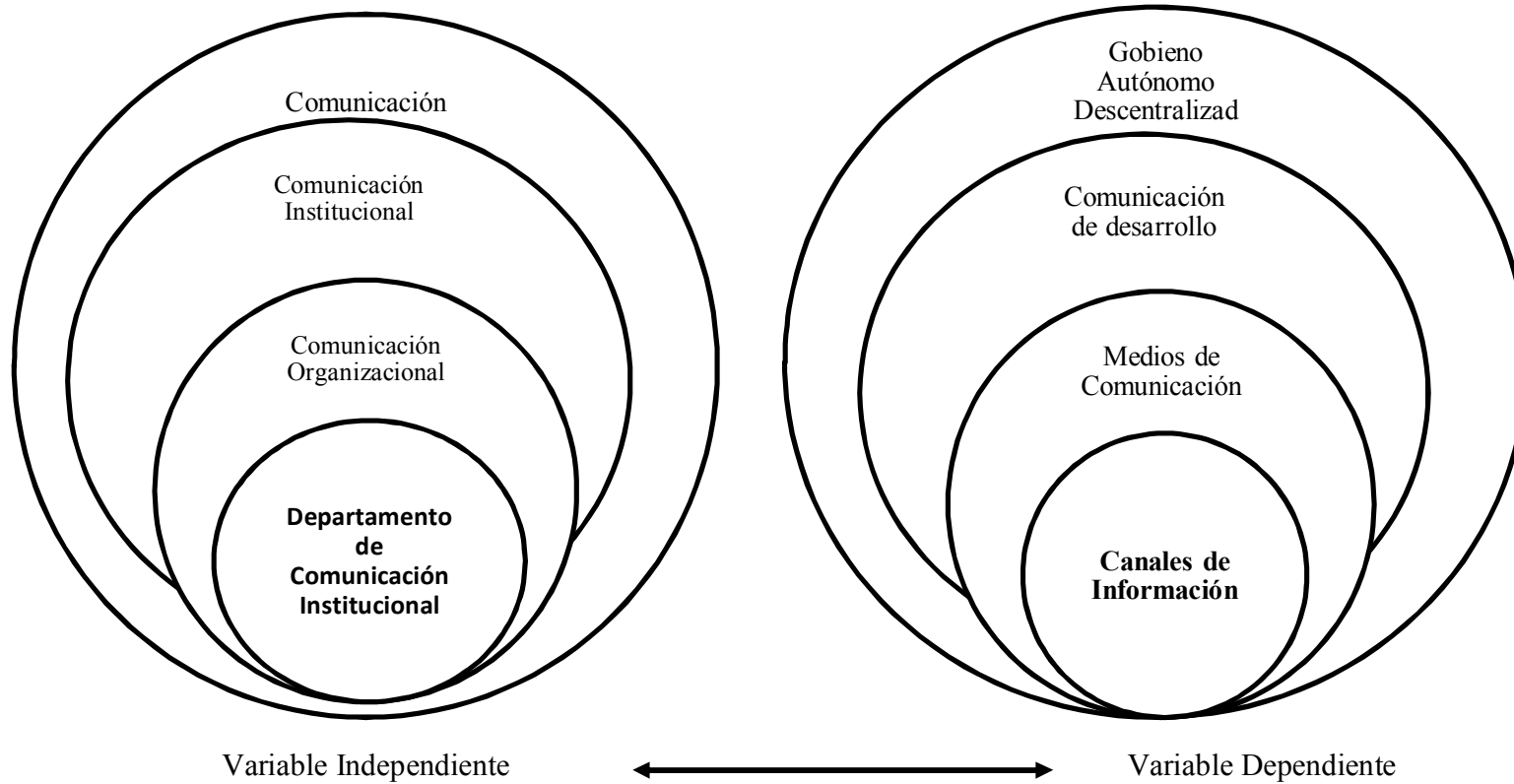


Gráfico # 5

Elaborado por: Yessica Rocha B.

Departamento de Comunicación Institucional

Gestiona las relaciones con los medios de comunicación y desarrolla la estrategia global de imagen institucional de la organización. Además, presta apoyo técnico en materia de comunicación, relaciones internas/externas e imagen a otros departamentos.

El Departamento de Comunicaciones desarrolla la administración de contenidos, el diseño permanente y la puesta en funcionamiento de todos los recursos en materia de comunicación electrónica correspondientes a las instituciones. La labor del Departamento de Comunicación implica la administración de los contenidos y el mantenimiento del sitio web de la empresa y la administración del servicio de Información de la facultad; también asesora a la comunidad institucional en los aspectos relacionados con la difusión electrónica y brinda soporte técnico personalizado para la difusión a través del sistema de listas..

Un Departamento de Comunicaciones promueve el uso de correo electrónico e Internet en todos los niveles, y se toma como opción otorgar cuentas de correo electrónico a todos los empleados. De igual manera, se asesora, a quienes lo requieran, acceder al intranet para revisar todo tipo de información institucional dirigido a ellos.

Funciones

Identificar. Elegir personas o instituciones que más interesan a la entidad. No olvide incorporar a ayudantes y secretarías, que son las personas que deciden si “abrir” la puerta o no.

Incluir. Crear y actualizar constantemente una base de datos con funciones, direcciones, teléfonos, correos electrónicos, y cualquier otra información que sea relevante.

Idear. Diseñar un plan coherente y práctico, al tamaño de su entidad. Revise periódicamente las acciones para corregirlas y mejorarlas.

Impulsar. Asignar un presupuesto para este apartado. Ser sistemático en su aplicación, y hacer que los principales responsables de la entidad lo tengan en cuenta.

Comunicación Organizacional

En la actualidad una organización constituye ante todo una composición social de seres humanos; en donde una estructura debe existir indudablemente, una jerarquía que con trabajo en armonía logre los fines que la organización se propone. La comunicación organizacional engloba las prácticas internas y externas de los flujos comunicativos de la organización y se pone énfasis la necesidad de alcanzar un equilibrio entre los canales de transmisión, los miembros que componen la institución y el público externo. Las organizaciones están compuestas por individuos o grupos. se orientan hacia ciertos fines y objetivos, requieren una diferenciación de funciones, deben procurar que las funciones estén racionalmente coordinadas y dirigidas y debe tener una continuidad a través del tiempo.

- **Redes de Comunicación en la Organización:** Son canales por los que debe fluir la información hasta llegar a sus destinatarios. Las redes permiten la realización de importantes tareas de la organización porque conectan con la gente.
 - **Estructural:** reflejar el mapa formal de la organización.
 - **Información:** transmitir mensajes para tomar decisiones.
 - **Conocimientos:** difundir información sobre cómo hacer las cosas.
 - **Estatus:** reflejar las posiciones y los roles de los individuos.
 - **Social:** desarrollar relaciones de compañerismo y amistad.
 - **Experiencia:** Obtener ayuda de los miembros con más conocimientos.
 - **Autoridad:** ejercer el poder legítimo.

- **Perspectivas de la Comunicación Organizacional:**

- **Conducto:** Adopción de las nuevas tecnologías y coordinación de tareas.
- **Lente:** Aspectos relacionados con las direcciones de la comunicación.
- **Enlace:** Redes, estructuras y roles.
- **Símbolo:** Identidad organizacional.

Comunicación Institucional

La comunicación institucional se construye desde el interior de la entidad hacia fuera, lo cual hace imprescindible definir una identidad de la organización, con objetivos y metas claras, y generar una comunicación integral, estratégica y eficaz entre los diversos mensajes de la entidad. Y como componente principal de la comunicación interna es la Comunicación Interna, misma que establece las bases y condiciones necesarias para la correcta administración de la información en concordancia y congruencia con los demás esfuerzos de comunicación dentro de la institución que promueva la integración de los miembros de la organización, la correcta administración de la comunicación organizacional y por ende de la organización. Los objetivos principales son: comunicar oportunamente a sus integrantes, promoviendo la participación de los mismos en este proceso; brindar servicios profesionales de comunicación a las demás áreas de la organización y establecer los procedimientos, políticas, mensajes y medios correspondientes para lograr una correcta administración y evaluación de la comunicación interna; y lograr sinergia con los esfuerzos de comunicación externa y comercial.

Comunicación

La comunicación alienta la motivación hacia los empleados deben hacer, y permite conocer de su trabajo, cómo lo están haciendo y qué pueden hacer para mejorar un rendimiento. La comunicación controla la conducta de los miembros de

varias maneras en cada organización, las mismas que tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que deben seguir los empleados. La comunicación como elemento mismo de una institución junto con una correcta aplicación permite tomar las decisiones correctas. Todas las personas de la empresa realizan comunicaciones y dependiendo de su posición y responsabilidad en ésta, su comunicación será más o menos crítica. Es importante definir la **comunicación interna de la empresa** como una estrategia a seguir para alcanzar el éxito, para alcanzar un objetivo final: **ayudar a mejorar resultados**, integrando a los empleados en un proyecto común, fomentando la participación y fortaleciendo la “*cultura organizativa*”. En este sentido, la comunicación interna juega un papel primordial para hacer Conocer las inquietudes de los trabajadores, escucharles y hacerles partícipes de los logros y retos de la empresa es fundamental para que la organización marche satisfactoriamente. Los trabajadores se sentirán arropados y valorados, por lo que aumentará su productividad, además de mejorar la imagen de la empresa, tanto a nivel interno como externo. Un gesto tan simple como ser transparente es sinónimo de confianza y motivación. Sentir al empleado como parte imprescindible del proyecto y no como una mera pieza del engranaje que hace posible la consecución de los objetivos planteados.

En momentos de crisis desarrollar un proceso de comunicación, no sólo ante una reestructuración de la plantilla, sino en otras situaciones que se pueden dar durante estas complicadas épocas, permite minimizar riesgos y consecuencias que pueden afectar al clima laboral de la organización; a los compromisos con los clientes; al ritmo de la productividad; a la imagen y reputación mediática de la empresa; y sobre todo, garantizan el liderazgo y credibilidad de la dirección en el futuro.

Medios de Comunicación

Los medios de comunicación en las organizaciones modernas requieren ser perfeccionados y estar en sintonía con los avances tecnológicos actuales. Esta meta se logra a través de la implementación de procesos adaptados a las necesidades,

aplicando la inteligencia organizacional, mejorando la comunicación corporativa y reconociendo las ventajas que presentan los sistemas de gestión de información.

Los medios de comunicación, tanto como dentro y fuera de una institución, cumplen variadas funciones:

- **Entretener:** proporcionar un espacio de diversión.
- **Enseñar:** así la población conoce mejor la realidad y aprende.
- **Formar** opinión o influir en ella: concienciar, manipular, sensibilizar o movilizar.
- **Socializar:** formar consenso, que la población esté de acuerdo en diversos aspectos y compartir información común que integre y nos una.
- **Marketing:** la publicidad o la misma información publicada predispone a la población a la demanda de un producto o un servicio.

Los medios de comunicación posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. De igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas. Sin embargo, los medios de comunicación, con el paso del tiempo, se han convertido en un canal para dilucidar, denunciar y solucionar conflictos de toda índole. En estos tiempos, ya para nadie es extraño que importantes sucesos judiciales se diriman en los medios de comunicación y, casi siempre, primero que en los tribunales judiciales, como ya ha ocurrido con casos que han acaparado la atención ciudadana. Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión.

Comunicación de Desarrollo

Es la comunicación que en la actualidad se la considerada como elemento fundamental del desarrollo de un colectivo en relación con una institución, donde se forman agentes de desarrollo local en el uso y aplicación de estrategias de comunicación. Además de dar uso de recursos de información en dependencia con el cambio social y el desarrollo.

En el ámbito del desarrollo, se dan usos meramente instrumentales de la comunicación y la información como herramientas de transparencia y competir en el mercado y convencer a posibles consumidores y usuarios. Frente a estos usos, existe una corriente que destaca el potencial de la comunicación y la información en sí mismas como generadoras de desarrollo. Esta tendencia se basa en el valor de las prácticas comunicativas y de las tecnologías de la Información y la Comunicación como bienes potencialmente capaces de contribuir, a través de diferentes dimensiones, a generar cambios sociales y promover el desarrollo. Es considerada como una dimensión restringida a la puesta en marcha de proyectos de cooperación entre varios entes, cuyo objetivo sea mejorar, beneficiar y contribuir mutuamente para su avance.

En ocasiones se utiliza una definición más amplia de Comunicación para el Desarrollo, incluyendo en ella todo tipo de procesos o herramientas de comunicación que de manera directa o indirecta contribuyan beneficiosamente a procesos de desarrollo que tienen lugar en las instituciones.

Es la mirada comunicacional que se materializa en la práctica de una serie de actitudes, valores, habilidades y herramientas que permiten la construcción de una personalidad reflexiva, crítica y solidaria. Por lo tanto, la Comunicación para el Desarrollo abarca proyectos que incluyen un uso de procesos de emisión y recepción de información que se pueden llevar a cabo en las organizaciones, por ejemplo: campañas de sensibilización sobre temas determinados, envío de información a los medios de comunicación para que difundas a sus públicos; la puesta en marcha de

talleres sobre una temática concreta; la edición de un boletín informativo para los socios y socias, entre otros proyectos que puede ser ejecutados.

Gobierno Autónomo Descentralizado

Nuevo nombre dirigido a los Municipios, y establecido para ratificar la delegación a la Empresa Pública Municipal la expedición de ordenanzas cantonales, acuerdos y resoluciones; y otorga la competencia exclusiva para que las municipalidades del país, dentro de su jurisdicción, asuman la planificación, regulaciones. A sí mismo como ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón.

Son instituciones que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana.

El fin común de un Gobierno Autónomo Descentralizado es el bien común local por medio de la satisfacción de sus necesidades; la garantía sin discriminación de la plena vigencia y el efectivo goce de los derechos; el desarrollo equitativo, solidario mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización; el fortalecimiento de la unidad nacional en la diversidad; la recuperación y conservación de la naturaleza y su mantenimiento.

Y entre sus funciones constan: promover el desarrollo sustentable y garantizar la realización del buen vivir; diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad.

Los Órganos de los gobiernos autónomos son: Concejo Municipal, Alcalde y Vicealcaldía.

Modelo Operativo

ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO
Aprobación de la propuesta.	Sensibilizar a la población mediante el desarrollo de campañas de información para dar a conocer los nuevos servicios disponibles en el GAD.	Presentar la propuesta a las autoridades del GAD.	Propuesta.	Comunicador Social.	5 meses
Planificación y diseño.	Definir el concepto, estructura y funciones del departamento de comunicación.	Trabajar en conjunto con las autoridades de la institución.	Propuesta.	Comunicador Social.	2 meses a partir de la aprobación.
Implementación.	Ejecutar la propuesta.	Aplicar el cronograma establecido.	Económicos, humanos, tecnológicos, y más materiales.	Comunicador Social y autoridades del GAD.	2 meses
Evaluación.	Valorar el avance de la propuesta.	Aplicación de los instrumentos.	Humanos, económicos, materiales y propuesta.	Miembros del departamento de comunicación institucional.	Todo el proceso de aplicación de la propuesta.

Recursos

- **Institucionales:** Gobierno Autónomo Descentralizado de Mocha
- **Humanos:** Comunicador Social, autoridades del GAD, pobladores del Cantón Mocha y otras personas relacionadas a la institución.
- **Materiales:**

Cantidad	Detalle	Costo
1	Computador de escritorio y ofimática.	\$750
1	Impresora	\$174
2	Archiveros	\$400
	Muebles de oficina	\$250
	Materiales de oficina	\$120
	Sueldo mensual (comunicador social)	\$800
	Imprevistos	\$500
	Instalación de equipos y materiales	Instalación a cargo de la investigadora.
Total		\$2994

PRESUPUESTO

	Nº horas	Valor Unitario	Valor Total
Recursos institucionales			
Alcalde del Cantón Mocha, Eco. Cipriano Ocaña.			
Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón de Mocha.			
Autoridades del Cantón Mocha.			
Recursos humanos			
Tutor			
Recursos materiales			
Materiales de escritorio		300,00	300,00
Copias		50,00	50,00
Uso del computador		10,00	10,00
Transporte		50,00	50,00
Imprevistos		40,00	<u>40,00</u>
			450,00

BIBLIOGRAFÍA

KREPS, Gary. 1995. Comunicación Organizacional. La Comunicación Organizacional. [En línea] Disponible en: <http://www.slideshare.net/sorbivi/la-comunicacin-organizacional-5167359>. (2/10/2012)

DEFINICIÓN.ED. 2012. Definición de técnica. Definición de técnica. [En línea] Disponible en: <http://definicion.de/tecnica/> (02/10/2012).

AGUILAR, David. BAJO, Francisca. BROSAS, Isabel. EXABE, Regino. El Pequeño Larousse Ilustrado 2008. . Ediciones Larousse, S.A. de C.V. Impreso en Colombia.

DEFINICIÓN.ORG. Definición de actividades. Definición de actividades. [En línea] Disponible en: <http://www.definicion.org/actividad>. (02/10/2012).

AGUILAR, Pilar. 2011. Instituto de facilitación y cambio. Definición de facilitación. Qué es la facilitación. [En línea] Disponible en: <http://www.facilitacion.org/que-es-la-facilitacion>. (02/10/2012)

AGUILAR, David. BAJO, Francisca. BROSAS, Isabel. EXABE, Regino. El Pequeño Larousse Ilustrado 2008. . Ediciones Larousse, S.A. de C.V. Impreso en Colombia.

BASSAS, Liberta. Diccionario Ilustrado de la Lengua Española. Editorial Ramón Sopena. S.A. Impreso por: D’Vinni Editorial Ltda. Santa Fé de Bogotá. Impreso en Bogotá, 1998.

REIKI, Gendai. Logro de objetivos. 2011. Logro de objetivos. Logro de objetivos. [En línea] Disponible en: <http://www.tendiendopuentes.com/contenidos/02feb08.html>. (02/10/2012).

MUJICA, Elías. 2012. Biblioteca Nacional del Perú (BNP). Imagen Institucional. Imagen Institucional. [En línea] Disponible en: http://www.bnp.gob.pe/portalbnp/index.php?option=com_content&task=view&id=39&Itemid=64 (02/10/2012).

ADLER, Ronadl B., ELMHORST, Jeanne Marquardt. 2005. Comunicación Organizacional. Principios y prácticas para negocios y profesiones. Octava Edición. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. Impreso en México.

TORRIJOS, Blanca. 2009. Comunicación Organizacional. Tipos de comunicación. [En línea] Disponible en: http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/comunicacion_organizacional_b.html (02/10/2012).

ADLER, Ronadl B., ELMHORST, Jeanne Marquardt. 2005. Comunicación Organizacional. Principios y prácticas para negocios y profesiones. Octava Edición. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. Impreso en México.

AGUILAR, David. BAJO, Francisca. BROSA, Isabel. EXABE, Regino. El Pequeño Larousse Ilustrado 2008. . Ediciones Larousse, S.A. de C.V. Impreso en Colombia.

BASSAS, Liberta. Diccionario Ilustrado de la Lengua Española. Editorial Ramón Sopena. S.A. Impreso por: D’Vinni Editorial Ltda. Santa Fé de Bogotá. Impreso en Bogotá, 1998.

DEFINICIÓN.ED. 2012. Definición de técnica. Definición de técnica. [En línea] Disponible en: <http://definicion.de/tecnica/>. (02/10/2012).

DE LA MOTA, Ignacio. 1988. Diccionario De La Comunicación. Editorial Paraninfo, S.A. Madrid- España.

ALVEAR, José. 2011. Políticas Públicas. Políticas Públicas del Ecuador. [En línea] Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Pol%C3%ADticas-P%C3%BAblicas-De1-Ecuador/1802184.html> (02/10/2012).

BASSAS, Liberta. Diccionario Ilustrado de la Lengua Española. Editorial Ramón Sopena. S.A. Impreso por: D'Vinni Editorial Ltda. Santa Fé de Bogotá. Impreso en Bogotá, 1998.

AGUILAR, David. BAJO, Francisca. BROSAS, Isabel. EXABE, Regino. El Pequeño Larousse Ilustrado 2008. Ediciones Larousse, S.A. de C.V. Impreso en Colombia.

Enciclopedia Jurídica Omeba.1986. Tomo XVIII. Lega-Mand. Driskill S.A. Srandi 1370. Buenos Aires-Argentina.

SUÁREZ, Lorena. 2012. Definición de Responsabilidad Social Empresarial. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? [En línea] Disponible en: http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60 (02/10/2012).

BASSAS, Liberta. Diccionario Ilustrado de la Lengua Española. Editorial Ramón Sopena. S.A. Impreso por: D'Vinni Editorial Ltda. Santa Fé de Bogotá. Impreso en Bogotá, 1998.

MALDONADO, Ángel. Autonomía. Autonomía y Descentralización, Participación Ciudadana y Financiación del Régimen Autónomo Descentralizado en la Constitución 2008. [En línea] Disponible en: http://www.apuntesjuridicos.com.ec/download/noticias/2980_DOC_p.pdf (02/10/2012).

HIDALGO, Gustavo. 2011. Descentralización. Los desafíos del nuevo Modelo Constitucional de Descentralización en el Ecuador. [En línea] Disponible en: <http://blogs.utpl.edu.ec/gortizhidalgo/files/2011/06/tesis-descentralizacion.pdf> (02/10/2012).

HIDALGO, Gustavo. 2011. División Territorial Administrativa. Los desafíos del nuevo Modelo Constitucional de Descentralización en el Ecuador. [En línea] Disponible en: <http://blogs.utpl.edu.ec/gortizhidalgo/files/2011/06/tesis-descentralizacion.pdf> (02/10/2012)

Boullón, Roberto. 2011. ¿Qué es el desarrollo sostenible? Desarrollo Sostenible. [En línea] Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible (02/10/2012).

ANEXOS



ANEXO 1- ENCUESTA PARA LA COMUNIDAD

1. ¿De qué manera conoce los acontecimientos que suceden dentro de la municipalidad?
 1. Formal – Comunicación
 2. Informal – Rumor

2. ¿Qué medio es frecuentemente utilizado por la municipalidad para emitir información de interés común en su sector?
 1. Alto parlante
 2. Afiches o volantes
 3. Persona a persona
 4. Radio
 5. Prensa
 6. Cartas
 7. Convocatorias
 8. Varios
 9. No hay información
 10. NSC

3. ¿En qué departamento municipal solicita o realiza su trámite?
 1. Administración general
 2. Dirección Financiera
 3. Departamento de Obras Públicas
 4. Varias

4. ¿De quién depende la agilidad de su trámite?
 1. Usted
 2. Funcionario
 3. Director / jefe departamental
 4. Otros

5. ¿Considera necesario el uso de un departamento de comunicación institucional?
 1. Si
 2. No



ANEXO 2 -ENCUESTA PARA EMPLEADOS

- 1 ¿Los canales de información por donde conoce las disposiciones de sus superiores son los adecuados?
 1. Si
 2. No

- 2 ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus superiores?
 1. Escritos
 2. Verbales

- 3 ¿Qué tipo de comunicación interna le facilita la solución de dificultades laborales?
 1. Formal
 2. Informal

- 4 ¿Tiene a su alcance toda la información que requiere para el desempeño de sus funciones?
 1. Si
 2. No

- 5 ¿Considera necesario el uso de un departamento de comunicación institucional?
 1. Si
 2. No



ANEXO 3 - ENCUESTA PARA AUTORIDADES

1. ¿Qué grado de información reciben los empleados dentro de la municipalidad?
 1. De 1 a 3 (bajo nivel)
 2. De 4 a 6 (mediano nivel)
 3. De 7 a 9 (alto nivel)
 4. Diez (muy alto nivel)

2. ¿En qué áreas los empleados requieren información para la ejecución de sus tareas?
 1. Administración general
 2. Dirección Financiera
 3. Departamento de Obras Públicas
 4. Varias

3. ¿Qué medio utiliza la municipalidad para emitir información de interés a la comunidad?
 1. Alto parlante
 2. Afiches o volantes
 3. Persona a persona
 4. Radio
 5. Prensa
 6. Cartas
 7. Convocatorias
 8. Varios
 9. No hay información
 10. NSC

4. ¿De quién depende la agilidad de un trámite?
 1. Usted
 2. Funcionario
 3. Director / jefe departamental
 4. Otros

5. ¿Considera necesario el uso de un departamento de comunicación institucional?
 1. Si
 2. No