

## **B. TEXTO: INTRODUCCIÓN**

El recorrido en este capítulo, inicia con una breve exposición de la problemática planteada a nivel de Latinoamérica, Ecuador, y Tungurahua; destacando el descuido del segmento comunicacional en las organizaciones, para en los capítulos que siguen presentar cada una de las definiciones y aspectos básicos de: Comunicación Organización y Estrategia de Comunicación Corporativa.

Paliar las carencias o solucionar los problemas de un beneficiario es cumplir el objetivo fundacional, pero sabemos que estas necesidades seguirán presentes en la sociedad a pequeña o gran escala. Por eso hay que ir más allá de soluciones puntuales., involucrando al mayor número posible de personas y comunidades, en esa labor de participación e implicación, los procesos de comunicación para el desarrollo son vitales.

Como notaremos en el capítulo II, la comunicación no debe ser solamente externa, sino desarrollarse en seno de la entidad. Los agentes-usuarios, beneficiarios, socios- que intervienen en el funcionamiento de la organización, también necesitan canales de comunicación que les mantenga en contacto y les permita contribuir a lograr los objetivos comunes a los partes involucradas.

Como se ve en el capítulo IV, este trabajo es el producto de un diagnóstico de puntos fuertes y débiles en los procesos de comunicación que manejan el P.D.A Pasa-San Fernando a partir de los que se han realizado un análisis para poder llegar a establecer una serie de conclusiones y recomendaciones técnicas reflejadas en el capítulo V.

Los resultados son de un gran valor que generan una respuesta a la problemática planteada, permitiendo evidenciar que la comunicación se ha constituido en una herramienta fundamental para el fortalecimiento tanto de la organización así como de los habitantes de las comunidades, como se amplía en el capítulo VI.