UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TITULO:

"ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA"

Tesis previa a la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

AUTOR:

Franklin Gustavo Santín Picoita

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. Jaime Flórez Meza, Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Dr. Jaime Flórez Meza, Mg. Sc. **DOCENTE DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, DEL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

C E R T I F I C A:

Haber dirigido y revisado, detenida y prolijamente todo su desarrollo, la tesis titulada: **"ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA"**, realizada por el egresado Franklin Gustavo Santín Picoita.

Por lo tanto autorizo proseguir los trámites correspondientes para su disertación y defensa.

Loja, 30 de marzo de 2015.

.....

Dr. Jaime Flórez Meza, Mg. Sc
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Franklin Gustavo Santín Picoita**, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Firma:……..

Cédula: 1104 888 27-4

Fecha: 11 de julio de 2015.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR DE TESIS, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo Franklin Gustavo Santín Picoita, declaro ser el autor de la tesis titulada: **"ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA"**, como requisito para optar el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo RDI, en la redes de información del país y del exterior, con la cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o la copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de julio del dos mil quince, firma el autor.

FIRMA: .....

AUTOR: Franklin Gustavo Santín Picoita.
Nro. CEDULA: 1104 888 27-4
DIRECCIÓN: Loja, Vilcabamba; Calles Bolívar 08-08 y Miguel Salvador,
CORREO ELECTRÓNICO: gustavo-santin@hotmail.com
TELÉFONO: 07-2640 480
CELULAR: 099 344 9116

DATOS COMPLEMENTARIOS:
Director de Tesis: Dr. Jaime Flórez Meza Mg. Sc

TRIBUNAL DE GRADO:

Presidente: Dr. Milton Andrade Tapia Mg. Sc. PhD.
Vocal: Lic. Galo Vallejos Espinosa. Mg. Sc
Vocal: Lic. Almudena López Fernández Mg. Sc

AGRADECIMIENTO

El éxito alcanzado con honradez y esfuerzo le dan sabor a la vida, esto se debe, gracias al sustento incondicional de quienes desinteresadamente imparten su apoyo y conocimiento.

En calidad de investigador expreso infinitamente mis agradecimientos a la Dra. Eliza García, Mg. Sc. y al Dr. Jaime Flórez Meza, Mg. Sc. por la entrega de su intelecto acertado, que contribuyó a solucionar cada uno de los problemas dados en el desarrollo y fases del presente proyecto, aportando, de gran manera al desarrollo de la parroquia Vilcabamba, del cantón y provincia de Loja.

Reconozco también la predisposición del Pueblo de Vilcabamba y sus autoridades para poder ejecutar y lograr lo concebido en el presente trabajo. Sin su ayuda, no hubiese sido factible.

Agradezco, al igual, la generosidad de cada uno de los docentes y directivos de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, por conceder sus instrucciones durante los años de academia, enseñanza y aprendizaje en mi etapa de estudiante.

En definitiva, extiendo mi correspondencia a cada una de las personas involucradas en mi progreso. Que el todo poderoso les conceda el doble de sus deseos y aportes hacía mi persona. Mil gracias.

DEDICATORIA

El presente trabajo está respetuosamente dedicado a:

DIOS.-

Por ser el motor de mi vida y la paz de mi alma. Sin él, mi vida, pierde su rumbo y mi destino se vuelve inseguro. Además por la bendiciones diarias, recibidas con humildad y fe.

FAMILIA.-

Por ser la mayor fuerza motivacional y mi mayor alegría. A mi madre en el cielo; a mi padre y hermanas, por su mayor dedicación en mi formación y desarrollo. Sus valores, amor e instrucción compartida, me hacen un hombre solidario, humilde y responsable.

AMIGOS.-

Por ser los acompañantes en este camino de alegrías y tristezas. Sin ellos, creo que sería un poco afligido y aburrido. Cómo olvidar y desagradecer sus consejos e instrucciones sabios, siempre en pro de avanzar para ser mejores.

Franklin Gustavo

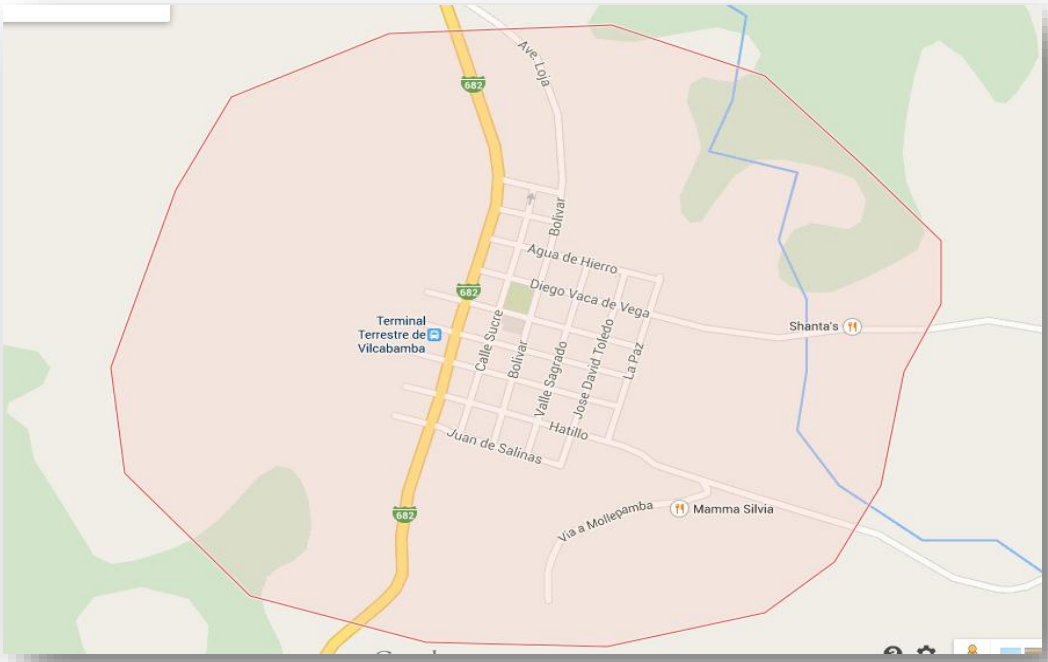
MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: Área de la Educación, el Arte y la Comunicación											
TIPO DE DOCUMENTO	**AUTOR / NOMBRE DEL DOCUMENTO**	**FUENTE**	**FECHA AÑO**	**ÁMBITO GEOGRÁFICO**						**OTRAS DESAGREGACIONES**	**NOTAS OBSERVACIONES**
				NACIONAL	**REGIONAL**	**PROVINCIA**	**CANTÓN**	**PARROQUIA**	**BARRIO COMUNIDAD**		
TESIS	SANTÍN PICOITA FRANKLIN GUSTAVO "ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA"	UNL	2015	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	VILCABAMBA	Zonas Urbanas: San Francisco, Santo Domingo, Las Palmas, Eterna Juventud, Barrio Central, Los Huilcos. Zonas Rurales: Yamburara Bajo, Yamburara Alto, San José, Mollepamba, Izhcayluma Alto, Izhcayluma Bajo (Barrio Cuba), Cucanamá Alto, Cucanamá Bajo, Linderos, Santorum, Moyococha, Solanda y Tumianuma.	CD	Lic. Ciencias de la Comunicación Social

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

Mapa de la provincia de Loja. [Mapa]. (2015). Recuperado de: httpp: www.googlemaps.com

CROQUIS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA



Croquis de Vilcabamba. [Mapa]. (2015). Recuperado de: httpp: www.googlemaps.com

ESQUEMA DE TESIS

i. PORTADA

ii. CERTIFICACIÓN

iii. AUTORÍA

iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN

v. AGRADECIMIENTO

vi. DEDICATORIA

vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

ix. ESQUEMA DE TESIS

a. TÍTULO

b. RESUMEN

SUMMARY

c. INTRODUCCIÓN

d. REVISIÓN DE LITERATURA

e. MATERIALES Y MÉTODOS

f. RESULTADOS

g. DISCUSIÓN

h. CONCLUSIONES

i. RECOMENDACIONES

PROPUESTA ALTERNATIVA

j. BIBLIOGRAFÍA

k. ANEXOS

PROYECTO DE TESIS

a. TÍTULO

"ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA"

b. RESUMEN

El trabajo de investigación titulado: **"ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA"**, se elaboró con el objetivo de coadyuvar al desarrollo de la institución parroquial, a través de estrategias comunicacionales, (planificación de la comunicación institucional).
Esta investigación, de carácter social una vez aplicada permitió afirmar las concepciones expuestas en el trabajo, dado que se utilizó el método científico, analítico, sintético, estadístico y descriptivo, para llegar a conclusiones valederas.

Entre las técnicas se utilizó la encuesta aplicada a la población de la parroquia Vilcabamba para conocer su percepción externa acerca de la imagen y trabajo de la institución y la entrevista a ex presidentes del Gobierno Parroquial y miembros actuales de esta institución acerca de la organización interna, lo que permitió obtener resultados factibles a través de la tabulación y procesamiento de datos estadísticos. Procedimiento, que dio paso a la comprobación de hipótesis y objetivos trazados en la investigación.

Consecutivamente, se llegó a las conclusiones y recomendaciones, con ello se logró tener un conocimiento más amplio de la problemática de estudio, por ende, se pudo determinar la inexistencia de un departamento que promueva la comunicación institucional, técnicamente concebida, dentro del Gobierno Parroquial Vilcabamba, razón que obstaculiza la aplicación de la ley de Participación Ciudadana y el fortalecimiento de la identidad e imagen de la institución.

La propuesta contiene estrategias comunicacionales adecuadas al medio permitiendo la sostenibilidad y sustentabilidad del plan de comunicación y difusión, asegurando así, un trabajo eficiente e idóneo en el conocimiento de lo que brinda la entidad, permitiendo la participación ciudadana y el desarrollo equitativo.

SUMMARY

The research paper entitled: "**ANALYSIS OF SELF-GOVERNMENT INSTITUTIONAL COMMUNICATION DECENTRALISED VILCABAMBA of Canton Loja PARISH AND ITS RELATIONSHIP WITH THE DEVELOPMENT OF THE PEOPLE, BY THE LAW OF CITIZEN PARTICIPATION IN THE PLAN COLLECTION OF GOOD LIVING. PERIOD SEPTEMBER 2013 - DECEMBER 2015 ALTERNATIVE PROPOSAL** "was developed with the aim of contributing to the development of the parochial institution, through communication strategies (planning of corporate communication).
This research, once applied social conceptions allowed to assert exposed at work, since the scientific, analytical, synthetic and descriptive statistical method was used to arrive at valid conclusions.

The survey of the population of the Vilcabamba parish to meet its external perception of the image and work of the institution and interview former presidents Township Government and current members of this institution on the internal organization between the techniques used, allowing obtain feasible results through tabulation and statistical data processing. Procedure which led to the testing of hypotheses and objectives outlined in the investigation.

Consecutively, it came to the conclusions and recommendations, thus it was possible to have a broader understanding of the problems of study, therefore, is able to determine the absence of a department that promotes technically conceived, institutional communication within the Government Parish Vilcabamba reason that hinders the enforcement of Citizen Participation and strengthening the identity and image of the institution.

The proposal includes communication strategies that suit the environment allowing sustainability and sustainability of communication and dissemination plan, thus ensuring an efficient and suitable work in the knowledge of what the company offers, allowing citizen participation and equitable development.

c. INTRODUCCIÓN

Hace una década, la comunicación institucional no se consideraba un aspecto de interés para las medianas empresas. Instituciones públicas y privadas no tomaban la iniciativa de transmitir a sus colaboradores una visión integral de lo que era la institución, su desarrollo, historia, cultura, misión, entre otros aspectos relacionados con la organización, lo que presentaba algunos inconvenientes y problemas, puesto que no exteriorizaba una visión y misión integradora.

La escasa integración comunicacional interna provoca que el personal que labora en las instituciones públicas y privadas desconozca aspectos relevantes que le permitan trabajar en pro de los objetivos institucionales, al desconocer asuntos vitales trabaja en beneficio propio o netamente cumple la misión que se le otorga sin aportar a la construcción social colectiva.

Progresivamente la comunicación en el mundo fue tomando una mayor relevancia, durante el Siglo XX ya el rol de la comunicación en las instituciones fue evolucionando exponencialmente, tomando en cuenta el aspecto esencial que contribuye a su desarrollo. Se fue evidenciado que la comunicación interna mejoraba el crecimiento económico, como en el caso de la multinacional Coca – Cola Company en donde sus empleados manejan a lo interno un lenguaje en común como mensajes, colores, actitudes, todo esto en busca de objetivos mundiales. Es por eso que hoy por hoy la comunicación institucional ocupa un lugar central para la gestión exitosa de las instituciones sean públicas o privadas.

Actualmente, en Ecuador las organizaciones o instituciones toman la preocupación de

crear una identidad corporativa, ayudados por estrategias de identificación institucional que les retribuya algún beneficio: ya sea vender más productos o simplemente posicionarse en la mente de los clientes como una organización seria y confiable a la cual algún día requieren acudir.

Asimismo, cuando se cumplen los objetivos institucionales el beneficio es para la población, en nuestro país los objetivos del Buen Vivir establecidos en la Constitución de la República del Ecuador y la ley de Participación Ciudadana refieren en sus apartados que los ciudadanos tienen acceso a la información de las instituciones públicas y a denunciar las acciones que no se ejecuten de acuerdo a lo ofrecido por los mandantes.

El presente trabajo da a conocer lo que es la comunicación institucional, explicando su funcionamiento, a través de: tareas, sistemas, metodologías y herramientas dentro de la parroquia Vilcabamba, especialmente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial; y con ello, una propuesta comunicativa independiente que sirva como base para una buena proyección organizacional.

En el desarrollo del contexto se tiene: **Introducción,** donde brevemente se detalla todo lo incluido en el trabajo de investigación; la **Metodología,** que indica las técnicas empleadas para recabar información; el **Análisis y discusión de resultados**, en donde se muestra las representaciones estadísticas y gráficos con el correspondiente análisis cuantitativo y cualitativo de las preguntas de las encuestas y entrevistas, técnica empleada para obtener datos más eficientes de la realidad del problema en cuestión; las **Conclusiones y Recomendaciones**, producto de la aplicación de los métodos utilizados

en donde se obtienen resultados concretos y se puede establecer conclusiones en base a la realidad; la **Comprobación de objetivos**, da a conocer el alcance de los propósitos trazados en el plan guía; la **aprobación o desaprobación de hipótesis**, donde se conoce el acierto o desacierto de las conjeturas; la **Propuesta**, formula el mejor manejo de la Comunicación Institucional del Gobierno Parroquial de Vilcabamba y la difusión de los servicios que presta; y los Anexos, en donde se halla el proyecto inicial de la investigación que contiene la base teórica y documentos utilizados para argumentar el trabajo investigativo.

Anhelamos contribuir con este trabajo al cambio y progreso de la región Sur, sugerir a los diferentes presidentes de los Gobiernos Parroquiales sobre cómo generar una comunicación institucional eficaz, además hacer conocer y mejorar sus diferentes servicios e imagen ante sus públicos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

En el proceso de investigación se ha revisado la bibliografía y/o literatura referente al tema motivo de investigación, y para el efecto se ha signado los siguientes enunciados:

Comunicación institucional

En un primer acercamiento al tema de estudio se debe definir a que se denomina comunicación institucional, entendida que la comunicación es el acto humano de interrelación social para la comprensión del lenguaje mediante la elaboración de signos y símbolos que constituyen un mensaje destinado a un receptor, la comunicación institucional como lo dice su nombre se produce dentro de una institución que puede ser pública o privada y su función principal será comunicar adecuadamente lo que sucede dentro la empresa para comunicarla a un público externo.

Gary Kreps define a la comunicación institucional como:

> El proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella (...) La comunicación ayuda a los miembros a lograr las metas individuales y de organización al permitirles interpretar el cambio de la organización y finalmente coordinar el cumplimiento de sus necesidades personales con el logro de sus responsabilidades evolutivas en la organización (Kreps, 2003, p.47)

Es importante recalcar que este tipo de comunicación se ha hecho mucho más frecuente en la última década debido a la aparición de la tecnología y plataformas virtuales para la difusión a través de símbolos que permiten que la información llegue a un público mayor.

Rodrich (2012) afirma que el desarrollo actual de la Comunicación Institucional

está marcado por un entorno globalizado, competitivo y cambiante.

Las instituciones le han dado mayor importancia a la comunicación ya que se ha comprobado que una buena imagen en los públicos externos genera una mayor confianza en la institución, esto se ha logrado a través de la creación de departamentos de comunicación dirigidos por profesionales cuya labor es elaborar productos que recalquen las actividades positivas que se producen en la institución y dé a conocer noticias relevantes a través de medios de comunicación, lo cual va provocando una mayor confianza porque la difusión provoca interés y la información es recibida por los públicos.

> Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC'S) están generando posibilidades estratégicas y técnicas. El impulso de los medios sociales en Internet ha generado gran interés en las instituciones. La comunicación, entendida en sentido amplio, se ha convertido en una dimensión de la vida, y también en un negocio de grandes proporciones: música, video juegos, televisión en el ordenador y en el teléfono móvil, correo electrónico y servicios comerciales en red. Al mismo tiempo, se populariza el uso de blogs y plataformas de microblogging como Twitter o redes sociales como Facebook. Se trata de herramientas valiosas para las relaciones con los medios, el control de la reputación y la promoción de productos y servicios. (Rodrich. 2012, p.220)

Estructura Interna de los Departamentos de Comunicación Institucional

La finalidad es crear sistemas de comunicación científicamente fundados y propiciar en base a una adecuada retroalimentación y evaluación una toma de decisiones más eficaz y más democrática.

"La estructura interna puede ser definida como el sistema coordinador que permite facilitar la consecución de los objetivos generales y específicos de la

institución". Muriel & Rota (1980) Para que una estructura este bien definida se necesita contar con los siguientes elementos: un sistema coordinador, se refiere a la función articuladora, de enlace y relacionamiento que tiene la comunicación institucional, se vale de medios y mecanismos específicos; un público: son las personas, organizaciones, empresas e instituciones que están relacionadas al quehacer de la organización, se clasifican en: internos (los miembros que trabajan al interior de la misma) y externos (los que están fuera de ella); los objetivos: la organización traza objetivos, los cuales serían imposibles de viabilizar si no se contará con personas que le dediquen su esfuerzo y energía.

Con una adecuada estructura en el interior de la institución se lograrían cumplir las siguientes actividades: intercambiar información significativa para la toma de decisiones en todos los niveles; compartir conocimientos; crear el clima necesario para el cambio social organizado, la colaboración y la cooperación mutua; coordinar el trabajo; promover la integración interna; relacionar a la organización con su entorno.

A razón de Ortega (2010) existen diversas formas para estructurar los Departamentos de Comunicación Institucional, "la escuela norteamericana determina en promedio debe contar entre cinco y veinte miembros, y, un departamento pequeño su plantilla personal debe contemplar de tres a diez personas". Esto permitirá que el departamento cuente con la estructura necesaria para formular sus estrategias con la participación de diversas opiniones que coadyuven a mejorar la planificación institucional.

Planificación de la comunicación institucional

Un elemento que puede anteceder a la planificación es la definición de al menos algunos mínimos delineamientos de política institucional en relación a la comunicación de las empresas. Esta política debe ofrecer el marco referencial dentro del cual se desarrollará la gestión comunicativa y estará en concordancia con la visión y misión, los valores, la identidad y la cultura organizacional.

El diseño participativo de un plan estratégico de comunicación resulta clave, ya que es un proceso que servirá para delinear los propósitos y lograr los objetivos deseados por la organización. El tiempo que demanda la planificación puede estar determinado: a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo a las necesidades propuestas. Esto dependerá de la elección de las estrategias más adecuadas para lograr los objetivos.

La planificación varía en su naturaleza de acuerdo a lo que se pretende planificar; sin embargo, hay algunos aspectos que pueden ser considerados y algunos pasos básicos que se deben seguir.

Algunas sugerencias para tener en cuenta en el momento de elaborar un plan estratégico.

¿Qué es un plan de difusión?

Un plan de difusión es la forma por la cual una organización, a través de diversos materiales, torna conocidos sus propios objetivos y programas para influenciar

acciones u obtener apoyo de otros organismos, esto se consigue a través de la organización de los elementos que serán adecuados para la difusión del plan, Synergos (2003)

Algunos de estos son:

- Los informes de actividades registran lo que la organización ha logrado. Los informes publicados anualmente son los más comunes.
- Los informes financieros registran el manejo de los fondos de la organización. Estos datos han sido revisados por un auditor externo.
- Los folletos promueven la información básica y general de la organización así como datos para contactarla.
- Las directrices para los candidatos informan los procedimientos para solicitar fondos, las prioridades y restricciones específicas de la organización con relación a su presupuesto.
- Las noticias y artículos de opinión pueden enviarse a medios de comunicación local para influenciar la opinión pública y obtener apoyo. (Synergos, 2003, pág 5

¿Por qué la difusión es importante para las organizaciones?

Los materiales de comunicación se utilizan para dar una imagen de la organización o institución, para recaudar fondos o para incrementar el impacto de algún asunto social o económico.

Imagen: Por ejemplo, una organización puede publicar un informe anual como

un método para promocionar públicamente sus logros.

La identidad, sostiene Mora (2009) "es ese conjunto de rasgos que configuran la personalidad de una institución y la distinguen de otras: su origen, su historia, su misión, sus características esenciales". Este factor es visible en empresas grandes como el Ministerio de Turismo en donde la identidad está claramente definida a través del logo "All You Need is Ecuador", y "Ecuador ama la vida", esta es la identidad de la institución que posee una característica especial distinguiéndose de las demás.

R**ecaudación de fondos:** Muchas organizaciones aprovechan la comunicación de sus logros como método de recaudación de fondos.

Impacto: Una organización puede usar sus comunicaciones como una manera de abrir el diálogo u orientar la atención a un asunto económico o social en particular. De esta manera, las comunicaciones se convierten en parte integral de los programas de la organización.

Para Cornelissen (2008), en la actualidad se entiende por Comunicación Institucional la función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos.

Desarrollo de los pueblos

El desarrollo es entendido como cambio, un avance individual o colectivo que

transforma una realidad en concreto.

Al definir el desarrollo de un pueblo se relacionan determinados factores políticos, sociales y culturales que inciden en gran parte de la situación por la que atraviesan los pueblos y comunidades.

En este caso particular, es preciso delimitar al proceso comunicativo para el desarrollo de un pueblo, la comunicación puede aportar de forma significativa a la toma de decisiones colectivas que beneficien a la comunidad, además que a través de una correcta aplicación de estrategias comunicativas se puede lograr el avance participativo del colectivo en el poder que predomina, en este caso del sector rural, al gobierno parroquial para poder influir y participar.

> La comunicación para el desarrollo destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo. (Naciones Unidas, 2011, p.1)

Por lo tanto, se hace visible la necesidad de establecer un tipo de comunicación que contribuya al desarrollo, en el caso particular la comunicación institucional planteada desde estrategias dirigidas a la participación del pueblo de Vilcabamba en el Gobierno Parroquial para que los resultados se concreten en el desarrollo, esto se haría visible en una mejor imagen de la parroquia, decisiones colectivas que beneficien a todos y el aporte de ideas significativas que se traduzcan en acciones a tomar por la autoridad y a conseguir el desarrollo social progresivamente.

Participación ciudadana

Se podría afirmar que la participación es el acto de formar parte de determinada situación para poder actuar en favor o en contra, participación ciudadana es asumir el rol de ciudadanos de una forma directa siendo protagonistas en la toma de decisiones que afectan nuestra realidad; actualmente se ha dado gran apertura a la participación ya que se considera un derecho fundamental como ciudadanos para no ser simples receptores de las situaciones que vivimos y observamos si no ser actores del cambio que deseamos.

La participación ciudadana se define conceptualmente como:

> La participación ciudadana es principalmente un derecho de las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, de participar (ser parte de, incidir) de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. (Consejo de Participación Ciudadana, 2014, parr.1)

En Ecuador, la participación ciudadana se vio conceptualizada como tal a partir del año 2006, durante la llegada al poder de Rafael Correa se observó un nuevo paradigma de democracia y representación persiguiendo una participación de la ciudadanía a través de mecanismos que donde la voz del pueblo sea escuchada y transformada en políticas públicas.

Participación Ciudadana en Gobiernos Locales

La participación ciudadana en los gobiernos locales pretende descentralizar al estado dándole una gran importancia a lo local, en donde existan oportunidades de

desarrollo para todos.

Velásquez (2002) afirma que sería una participación sin ninguna connotación política entendida como una movilización para el logro de objetivos particulares.

Los elementos fundamentales para conseguir el desarrollo local son la sostenibilidad, equidad y productividad, para conseguir esto se hace necesaria la participación del pueblo en la toma de decisiones que lo afecten y en aquellas que mejoren la situación por la cual atraviesan.

> ...involucrar a los ciudadanos, no sólo beneficiarios, sino principalmente conocedores de sus problemas y necesidades en el manejo y la administración del presupuesto designado por el gobierno local para el gasto en inversión social [...] lo cual representa una experiencia revolucionaria de planificación democrática que se contrapone a la visión tecno-burócrata de planificación central (Santos, 1998).

La participación ciudadana se relaciona con la democracia participativa, es una condición social que permite a los ciudadanos informarse, dar opiniones, formular propuestas y ser parte de las decisiones.

Los canales de participación que se han implementado son: asambleas parroquiales, asambleas ciudadanas, veedurías.

El artículo 61 de la Constitución de la República del Ecuador 2008, garantiza la participación ciudadana y se aplica en participar en asuntos de interés público, presentar proyectos de iniciativa popular, fiscalizar los actos de poder público.

La participación es protagónica ya que un ciudadano puede ser parte en la toma de decisiones y planificaciones de los asuntos públicos, participar en el control de las instituciones públicas y velar que cumplan sus derechos.

Los mecanismos de participación se realizan según la ley a través de audiencias públicas, cabildos populares, silla vacía, veedurías, observatorios, consejos consultivos.

La participación ciudadana en los Gobiernos Parroquiales se define a través del artículo 302 el cual determina que los ciudadanos pueden formar parte de la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, control social del GAD, reconoce formas de organización.

Participación Ciudadana y Buen Vivir

El Buen Vivir es un plan estratégico que reconoce el aporte de las culturas y pueblos que son sujetos de políticas e intervenciones.

Este se complementa con la participación ciudadana para el ejercicio y garantía de los derechos de las personas, comunidades y pueblos.

> Para que la democracia real exista, se requiere una capacidad de la mayoría ciudadana para decidir en los asuntos públicos de la nación. La democracia real exige de la población una participación permanente. Debe extenderse a todas las esferas de la vida social: productivas, educativas, políticas y comunicacionales (Senplades, 2009 p.100).

Bajo todo este contexto la participación ciudadana es fundamental para que sea el pueblo quien sea partícipe directo de las relaciones y decisiones que afectan su condición de vida, personalmente, propongo que la participación se puede conseguir a través del uso correcto de las estrategias comunicacionales en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Vilcabamba, ya que si se da a conocer de forma adecuada el trabajo que desarrolla la institución y se crean mecanismos de participación, será la

ciudadanía quien decida si es o no adecuada la gestión que se viene operando, de ser contrario, se propondrá nuevos mecanismos de trabajo que beneficien a todos y el resultado más visible será un mejoramiento en la calidad de vida del territorio del sur del país, con una gran riqueza cultural y turística, pluricultural y rica en patrimonio cultural, que propenda al desarrollo de los objetivos del Buen Vivir.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para desarrollar la investigación se empleó una serie de procedimientos básicos y métodos de recopilación, análisis e interpretación de la información que contribuyeron a una adecuada planificación en todas las fases del trabajo para su buen desarrollo. La investigación se desplegó en la parroquia de Vilcabamba, cantón Loja, Ecuador. El presente trabajo es de carácter analítico, interpretativo y aplicado.

Método Científico:

Este procedimiento es el fundamento trascendental en la investigación porque a través de sus elementos lógicos y razonables se presentó alternativas factibles referentes al objeto de estudio.

Fue el método más general y factible para la construcción de los objetivos generales y específicos, para la elaboración de instrumentos y técnicas que permitieron rescatar la información, sistematizándola a partir del razonamiento lógico, analizándola y luego generalizándola para llegar a conclusiones.

Con su ejecución se consiguió recopilar antecedentes relacionados con el objeto de estudio, es decir, el manejo de la comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba que sirvió como fundamento para el planteamiento del problema, determinar objetivos, comprobar la hipótesis y la propuesta.

Método Analítico:

El análisis y síntesis son procesos que permitieron conocer la realidad, son métodos que se complementaron. El análisis inició su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizaban la realidad de la parroquia Vilcabamba en relación con el Gobierno Parroquial; de este modo se pudo establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos: población, institución que componen el objeto de investigación.

Se lo empleó además para analizar todos los detalles, comportamientos y características que se presentaron en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba.

Método Sintético:

Este proceso mediante el cual se relaciona hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos; se lo aprovechó para identificar la importancia de la comunicación institucional a lo interno del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba.

La síntesis implicó que a partir de la interrelación de los elementos como: comunicación, institución, población, estrategias; que identifican su objeto, cada uno de ellos pudo relacionarse con el conjunto en la función que desempeñaron con referencia al problema de investigación en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba.

Método Estadístico:

Permitió ordenar, procesar e interpretar la información recopilada en el campo de investigación a través de la aplicación de la encuesta a la población de distintas edades de Vilcabamba y la entrevista a ex presidentes y miembros actuales del Gobierno

Parroquial; este método facilitó tabular los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas para su descripción e interpretación estadística con cuadros interpretativos.

Durante el progreso de la investigación igualmente se utilizó varias herramientas técnicas de investigación que contribuyeron para recopilar datos, mismas que se detallan a continuación:

Técnicas, procedimientos, herramientas utilizadas

Las técnicas proporcionaron las normas precisas para ordenar las etapas de la investigación científica, por lo tanto, en la presente investigación se optaron las técnicas:

Fichaje.- Este instrumento permitió el procesamiento de la información, entre ellas todo lo relacionado al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba.

Encuesta.- Este instrumento de medición facilitó obtener datos que clarifiquen la comprobación o desaprobación de la hipótesis. Fue aplicada a un grupo de 98 personas, que es la muestra arrojada luego de aplicar la fórmula para públicos finitos, en este sentido, se tomó como base un universo de 5.557 personas de la parroquia Vilcabamba, del cantón Loja.

Las encuestas se aplicaron a personas de barrios de la parroquia, ello bajo parámetros de edad, no menos de 15 años, hasta por encima de los 60 años.

Entrevista.- La Entrevista resultó una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos que nos permitió conocer los criterios de un público objetivo, a fin de sustentar la investigación. Favoreció a estar en contacto con los principales actores del tema a investigar, los presidentes parroquiales de los tres periodos anteriores y actuales. Papel preponderante en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba, al ser, los sujetos encargados de su correcto funcionamiento y eficacia, para obtener el desarrollo equitativo y participativo de la localidad. Como también, a los Vocales, Técnicos y Asistentes Administrativos que integran la institución**.**

Con toda esta metodología que encierra teoría y práctica, se avanzó en forma lógica y sistemática en el desarrollo de la investigación, obteniendo la mayor seguridad para plantear la alternativa de solución.

Población y Muestra

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA

Pf→ **Población final** n → **Número de años (9)** Pa→ **Población actual (4.778)** Tc → **Tasa de Crecimiento (1,7)**
Pf = Pa **(1 + Tc)9**
Pf = 4778 **(1+ 0,017)9**
Pf = 4.778 **(1.163)**
Pf = 5.557

De un universo de 5.557 habitantes, la muestra para aplicar la ENCUESTA es de 98 ciudadanos resultado de la siguiente operación: n= muestra, N=Universo, &=margen de error.

$$n = \frac{5.557}{1 + (0.1)^2 (5.557)} = \frac{5.557}{1 + 0.01(5.557)} = \frac{5.557}{1 + 055.57} = 98$$

SECTOR INVESTIGADO	POBLACIÓN	MUESTRA	INSTRUMENTO

f. RESULTADOS

En el trabajo de campo se aplicó una encuesta a 98 habitantes de los barrios urbanos y rurales de la parroquia de Vilcabamba, cantón Loja, en enero de 2015, obteniendo los siguientes resultados:

DATOS GENERALES:

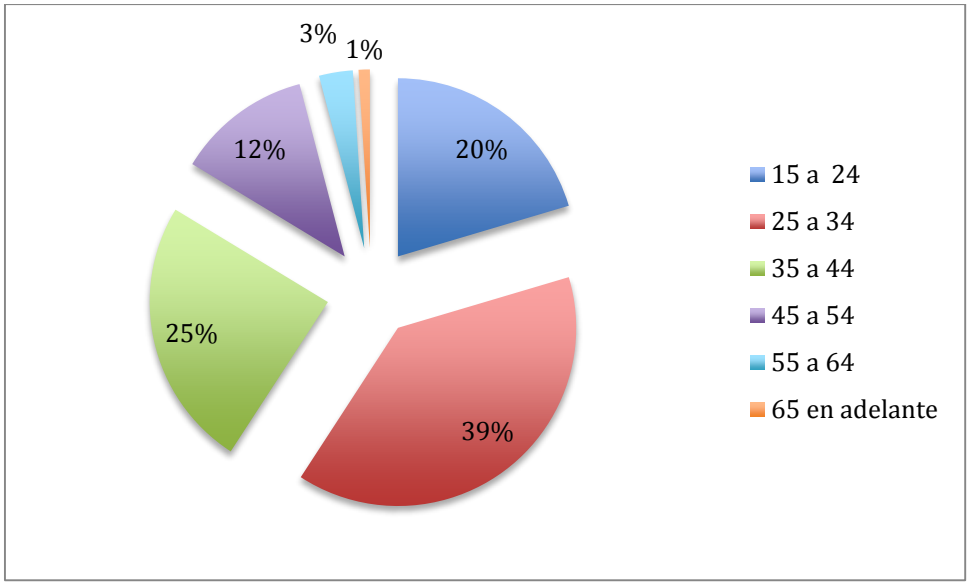
Edad.-

Cuadro Nº 01

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 a 24	20	20%
25 a 34	38	39%
35 a 44	24	25%
45 a 54	12	12%
55 a 64	3	3%
65 en adelante	1	1%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 01



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

De 98 personas encuestadas, el 39% de la muestra, correspondiente a 38 personas se encuentran en edades comprendidas entre 25 a 34 años; el 25% equivalente a 24 personas poseen edades entre los 35 a 44 años; el 20% conciso en 20 personas están en edades de 15 a 24 años; en su mayor parte, la muestra tomada en cada uno de los barrios urbanos y rurales de la parroquia de Vilcabamba es adulta.

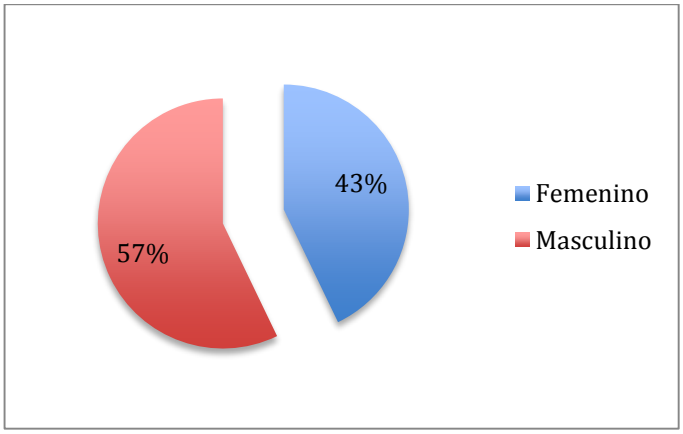
Sexo.-

Cuadro Nº 02

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	42	43%
Masculino	56	57%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 02



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

El 57% de la muestra, proporcional a 56 personas son de género masculino; y, el 43%, equivalente a 42 personas son de género femenino. Un porcentaje mayoritario, de la muestra tomada en los barrios de la parroquia de Vilcabamba, cantón Loja es de género masculino, seguido del género femenino considerablemente.

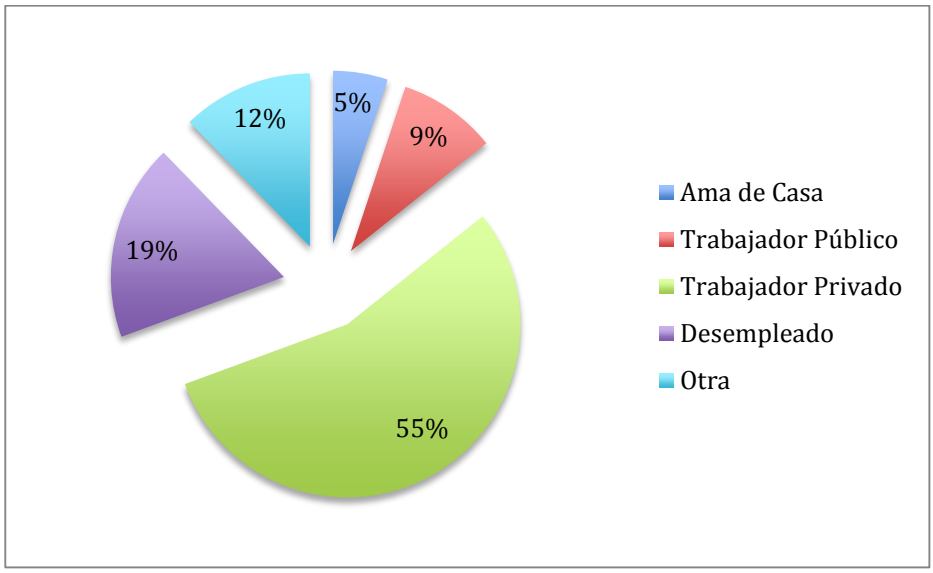
Ocupación.-

Cuadro Nº 03

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ama de Casa	5	5%
Trabajador Público	9	9%
Trabajador Privado	54	55%
Desempleado	18	19%
Otra	12	12%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 03



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

Una vez aplicada la encuesta a 98 individuos, se obtuvo que el 55% concerniente a 54 personas, laboran en empleos dentro organismos o empresas privadas; el 19% equivalente a 18 personas no poseen trabajo; La población de Vilcabamba, según la muestra tomada en barrios urbanos y rurales, en su mayoría labora en entidades de carácter privado. Mientras que un porcentaje considerable no poseen empleo.

DATOS ESPECÍFICOS:

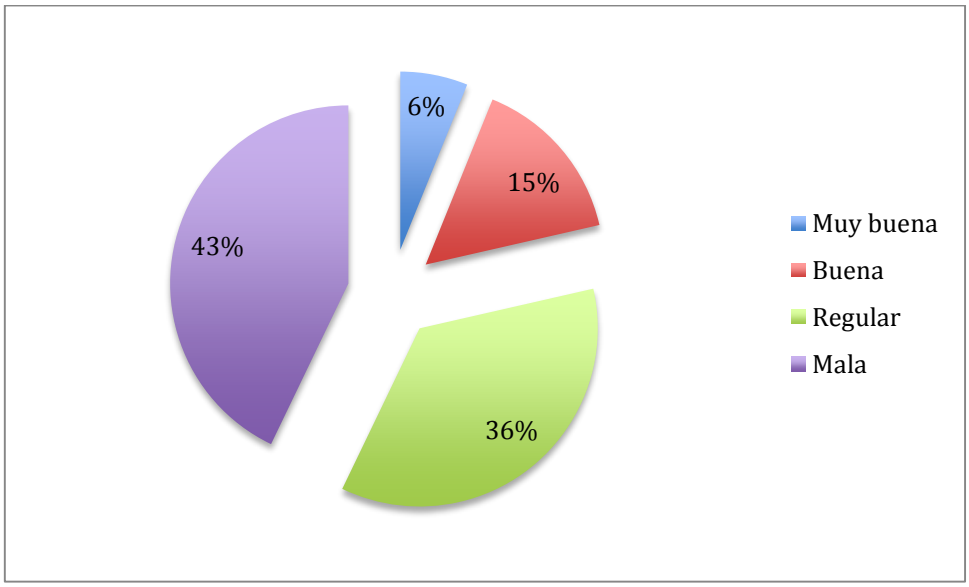
1.- ¿Cómo considera usted la atención y el trabajo que presta el Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

Cuadro Nº 04

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	6	6%
Buena	15	15%
Regular	35	36%
Mala	42	43%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 04



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

A razón de los pobladores, la buena imagen de una institución es percibida gracias al trabajo constante y eficaz que ejecutan sus autoridades, al igual, de la forma en cómo logran generar canales de diálogo para involucrar en la toma de decisiones conjuntas, para un bien común. En este caso, el 43% (42 personas), determinan que se encuentran descontentos y poco conocedores del trabajo que viene desarrollando el Gobierno Parroquial de Vilcabamba, por el mismo hecho de que no se informa o se les hace participar y conocer del presupuesto anual general, la planificación de los diferentes proyectos y las decisiones encaminadas al desarrollo diverso de la parroquia de Vilcabamba. Un 36% (35 personas) manifiestan cierto desagrado también, ocasionado por la escasa gestión y liderazgo de las autoridades elegidas, especialmente el representante legal de la institución.

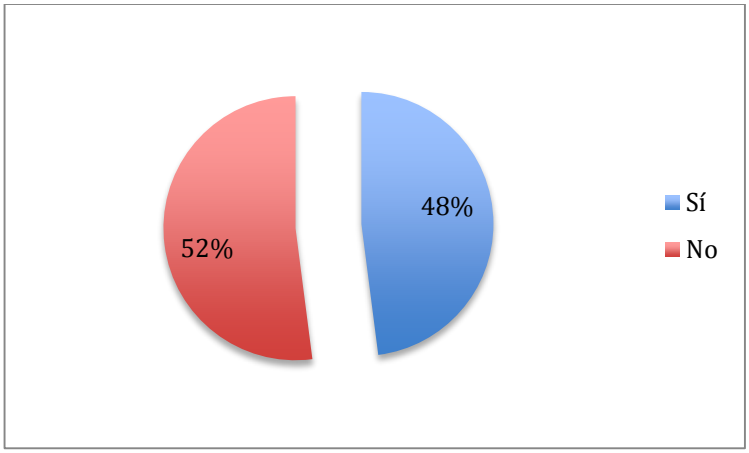
2.- ¿Conoce usted las competencias y funciones legales, que le compete realizar al Gobierno Parroquia de Vilcabamba?

Cuadro Nº 05

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	47	48%
No	51	52%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 05



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

Un indicativo considerable, el 52% de los encuestados (51 personas), asevera que desconoce de las competencias, trabajo y funciones específicas del Gobierno Parroquial de Vilcabamba, dadas por la ley, debido a que no ha sido difundido ni socializado con profundidad, tanto por las autoridades locales como nacionales. El desconocimiento les genera incertidumbre y la errónea interpretación de la ley, en primera instancia, provocando la mala imagen de la personificación del Presidente Parroquial, vocal y personal de la institución. Mientras que el 47% si conoce de las funciones y competencias de la institución, en cuestiones básicas del trabajo que corresponde al GAD parroquial Vilcabamba, para poder exigir el desarrollo de las obras.

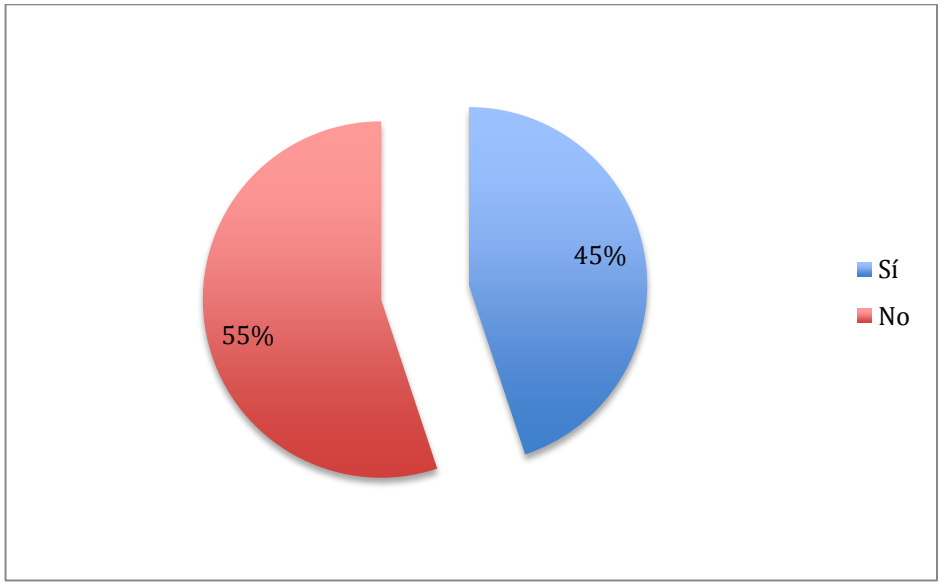
3.- ¿El material promocional (chalecos, carpetas, hojas membretadas, tarjetas, cuñas) utilizado hasta el momento, ha sido útil para promocionar y mejorar la imagen del Gobierno Parroquial de Vilcabamba, según su opinión?

Cuadro Nº 06

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	44	45%
No	54	55%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 06



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

De la muestra tomada 54 personas, exhiben que el material promocional utilizado hasta el momento por la entidad, no es útil para promocionar y mejorar la imagen, debido a que no es muy visible. Es decir, falta promocionar más. El 45% de los ciudadanos destacan que la comunicación utilizada hasta el momento solo es efectiva en las festividades, más no, todo el tiempo, esto contribuye a tergiversar la intención comunicacional de proyectar un gobierno con propósitos e ideas nuevas. Afirman que la comunicación debidamente planificada es lo que le hace falta al gobierno actual, ya que hasta el momento solo se conoce de su elección, no de lo que tiene proyectado hacer. Resaltan también, que la iniciativa de generar una imagen organizada del Gobierno Parroquial ayudaría a identificar mejor su trabajo, logrando exhibir la parroquia a nivel local, nacional, e internacional como un pueblo en desarrollo que busca siempre el Buen Vivir, tanto para nativos como residentes.

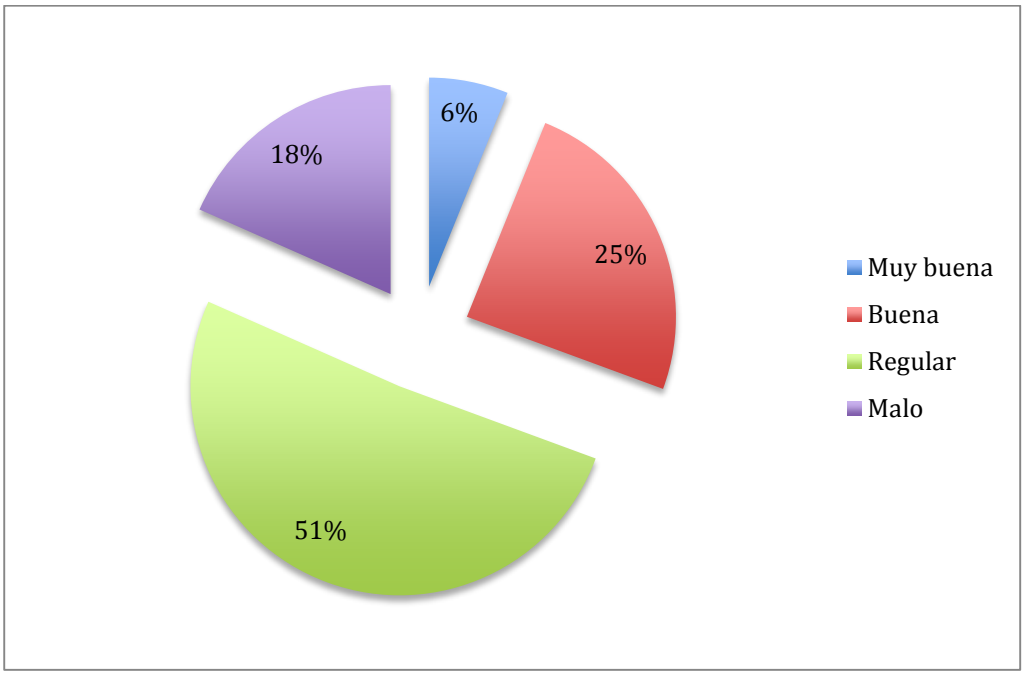
4.- ¿Cómo califica usted la comunicación existente entre el Gobierno Parroquial de Vilcabamba y la comunidad?

Cuadro Nº 07

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	6	6%
Buena	24	25%
Regular	50	51%
Mala	18	18%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 07



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

El Gobierno Parroquial de Vilcabamba, a razón del 51% del público encuestado, presencia una deficiencia en la comunicación institución-comunidad, debido al desconocimiento de qué se hace y cómo se hace la gestión, la ejecución de proyectos, el manejo del presupuesto y la toma de decisiones. La iniciativa actual del gobierno, a criterio de los encuestados genera incertidumbre, dándole una reputación cuestionable al Gobierno Parroquial de Vilcabamba, aún si posea todas las buenas intenciones de contribuir al desarrollo de la localidad. Concretan también que el Gobierno Parroquial de Vilcabamba está obligado a rendir cuentas, no solo anuales, sino diarias, con el objetivo de transparentar su proceso y que la comunidad esté alerta siempre a las iniciativas de desarrollo.

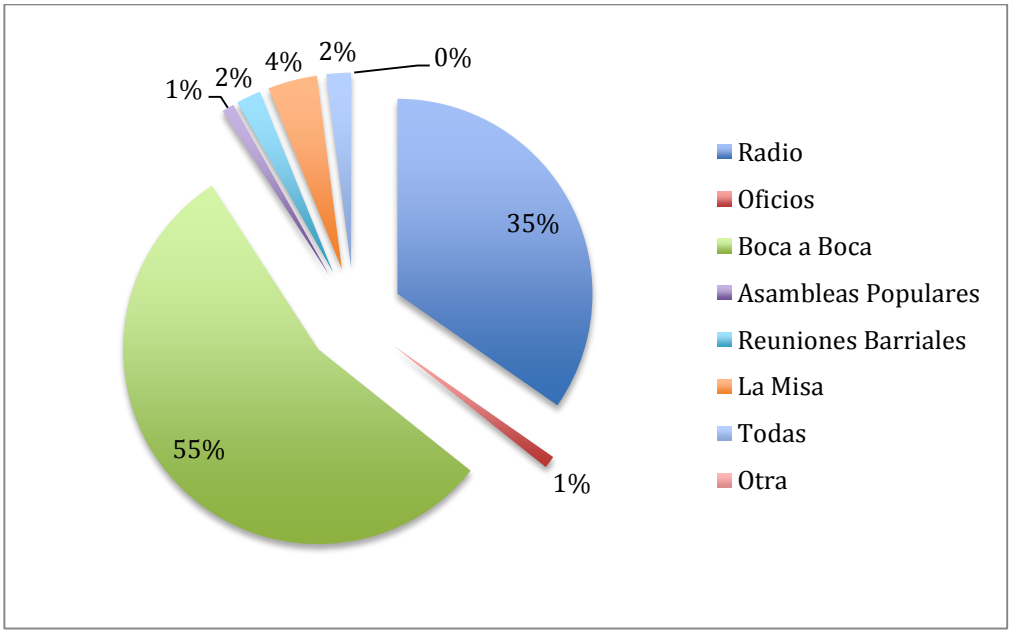
5.- ¿A través de qué medio se ha informado más de los servicios y proyectos del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

Cuadro Nº 08

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	34	35%
Oficios	1	1%
Boca a Boca	54	55%
Asambleas Populares	1	1%
Reuniones Barriales	2	2%
La Misa	4	4%
Todas	2	2%
Otra	0	0%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 08



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

El 55% de la comunidad de encuestados llegan al criterio de que el medio de comunicación para enterarse de las actividades y servicios del Gobierno Parroquial de Vilcabamba es el boca a boca, debido a que la información en los demás medios es escasa, excepto en época de festividades. Además un 35% de encuestados expresa que se informa de la labor a través de la radio, pero señala que esa información es muy vacía, debido a que solo se dan pequeños espacios, por parte del medio de comunicación local. Argumentan también que la comunicación del gobierno actual es sumamente minúscula en comparación con los anteriores gobiernos.

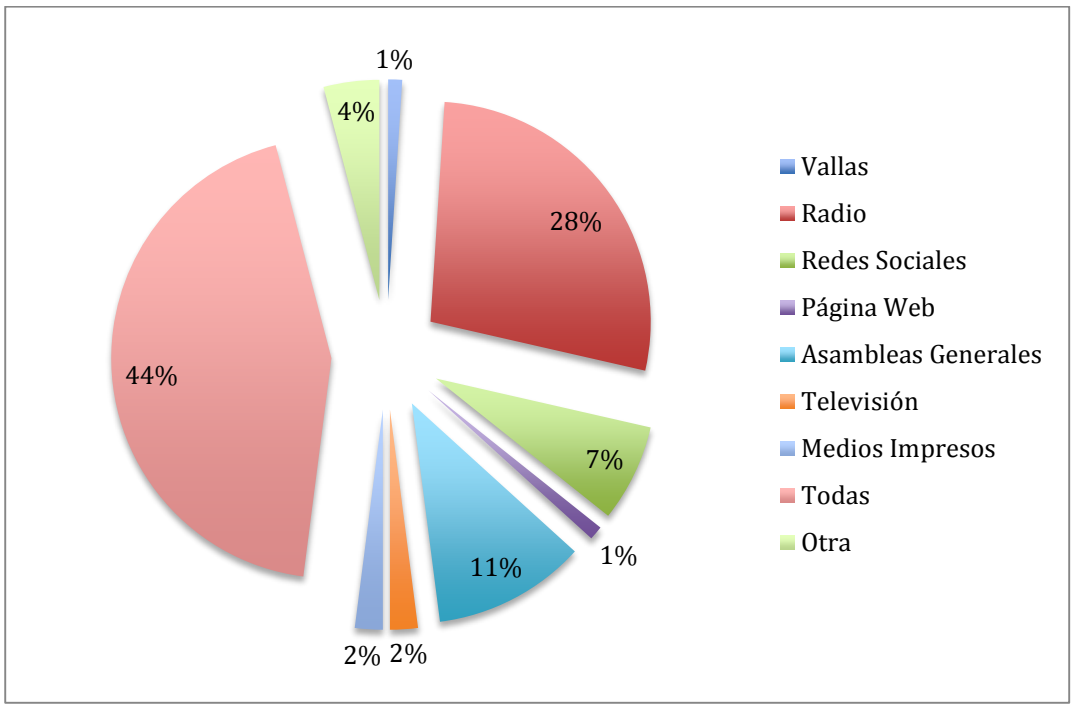
6.- ¿Cómo le gustaría que el Gobierno Parroquial de Vilcabamba le informe sobre sus funciones, competencias, proyectos y presupuesto para transparentar su proceso?

Cuadro Nº 09

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vallas	1	1%
Radio	27	28%
Redes Sociales	7	7%
Página Web	1	1%
Asambleas Generales	11	11%
Televisión	2	2%
Medios Impresos	2	2%
Todas	43	44%
Otra	4	4%
Todas	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 09



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

De la muestra tomada el 44%, aseguran que la mejor forma de conocer las funciones, competencias, proyectos y presupuesto para transparentar son todas las formas existentes de comunicación, debido a que un pueblo informado, es un pueblo desarrollado. Claro está que todos estos canales de comunicación, aseguran que deben ser manejados de una forma ética y honestamente posibles, porque también se prestan para engañar. Por ello, apuestan a que debería ser orientado de forma técnica. Señalan que la comunicación en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba es primordial, porque ayudaría a mejorar sus buenas intenciones y la imagen, tanto del presidente como de la institución y de Vilcabamba.

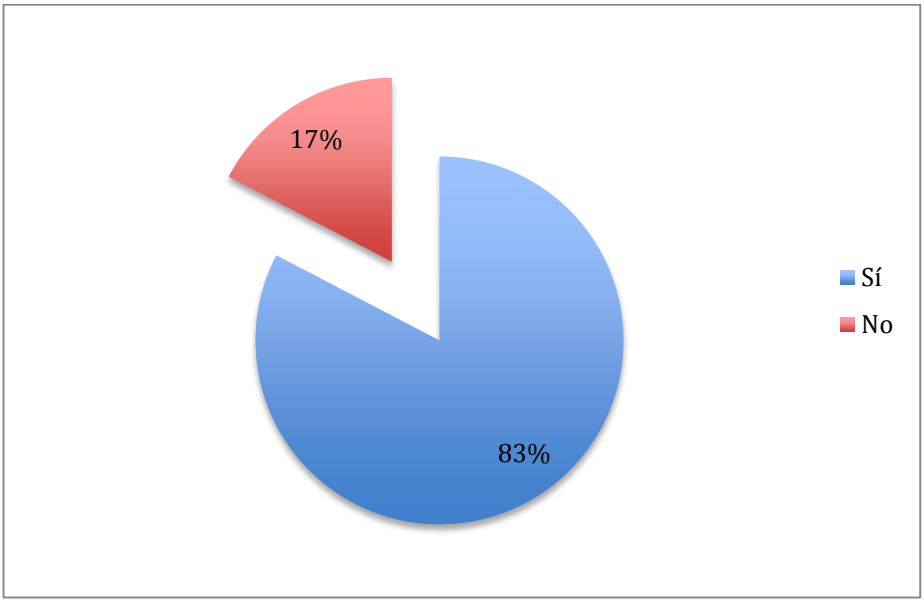
7.- ¿Considera usted, que la difusión permanente del trabajo del Gobierno Parroquial de Vilcabamba, permitiría mejorar su participación en las actividades promovidas y toma de decisiones?

Cuadro Nº 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	81	83%
No	17	17%
Total	**98**	**100%**

Fuente: Encuesta a la ciudadanía de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
Autoría: Franklin Gustavo Santín Picoita.

Gráfico Nº 10



Elaboración: Franklin Gustavo Santín Picoita.

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO:

La ciudadanía, de forma general un 83%, conoce y está consciente de que la comunicación y el derecho de estar informados de los interés públicos es un obligación por parte de las entidades estatales, por lo cual, afirman que la difusión permanente del trabajo del Gobierno Parroquial de Vilcabamba es obligatorio y lo exigen. Al tomarse esta iniciativa, el gobierno actual, seria pionero, recalcan, logrando así conseguir la participación ciudadana y el apoyo de la comunidad, para que de forma conjunta busques soluciones y alternativas viables para el desarrollo. Expresan que sería fabuloso, que la institución parroquial gestione de la mejor manera la comunicación, porque lograría ser un gobierno transparente, ordenado y apegado a los intereses del pueblo.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS

Para el desarrollo de la investigación se aplicó una entrevista dirigida a dos ex – presidentes del GAD Parroquial Vilcabamba y entrevista al presidente parroquial actual, además una entrevista dirigida a los miembros del GAD: cuatro y siete trabajadores administrativos, quienes facilitaron sus juicios contribuyendo a afianzar la temática en estudio.

ENTREVISTA A PRESIDENTES PARROQUIALES

La aplicación de esta entrevista se realizó a tres presidentes que son: Lic. Diego Guerrero (presidente actual 2014-2019), Lic. Adálber Gaona (período 2009-2014) y Dr. José Picoita (período 2000 – 2004, reelecto 2005)

Comunicación Institucional

La comunicación institucional ha tomado un papel preponderante en la mayoría de instituciones públicas de nuestra ciudad, ya que lo actores sociales buscan ser reconocidos en la ciudadanía que democráticamente los eligió por elección popular para representarlos y actuar en favor de sus intereses.

Tanto en municipios, gobiernos provinciales, como gobiernos parroquiales se maneja una comunicación institucional destinada a publicar en los principales medios de comunicación sus informaciones diarias del accionar institucional; en muchos de los casos, sobre todo en los gobiernos parroquiales no cuentan con una persona especializada para manejar la comunicación interna.

En el caso del Gobierno Parroquial Vilcabamba, la comunicación institucional no ha sido manejada adecuadamente debido a la falta de recursos para contratar a un profesional especializado, lo que ha obstaculizado la difusión de la información a la ciudadanía.

> La comunicación dentro del Gobierno Parroquial de Vilcabamba está un poco complicada diría yo, por el tema de la difusión que tiene que haber, por los múltiples eventos que organiza la institución en temas, de obras y trabajos. No se puede en su momento poder informar a la ciudadanía a través de los medios, incluso en las redes sociales. Estamos mejorando y trabajando, y creo en este año y los años que vendrán mejoraremos. (D. Guerrero, comunicación personal, 2015, febrero)

A pesar del compromiso del presidente actual, la situación no ha mejorado por la falta de recursos a pesar de estar conscientes de la importancia de ejercer una mejor comunicación, en palabras del presidente parroquial anterior, Lic. Adálber Gaona (2015, comunicación personal), la comunicación institucional es buena porque sirve para tener contacto con todos los vocales y dar a conocer las distintas actividades que se cumplen oportunamente, además sirve para tener una relación cercana con la gente y ampliar la difusión de las obras y proyectos.

Haciendo una retrospectiva a cargos anteriores, la comunicación institucional no ha sido una prioridad para el gobierno parroquial Vilcabamba, José Picoita (2015, comunicación personal), ex presidente, período 2004, señala: No ha existido una comunicación institucional como tal, se ha dejado de lado este aspecto y no se ha trabajado en estrategias que permitan difundir la información y llegar a diversos sectores.

Comunicación institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba

En la actualidad, el manejo de la comunicación institucional, a razón de Diego Guerrero (2015, comunicación personal), es deficiente porque no existe un manejo técnico que posibilite un desarrollo eficiente y lo facilite a los medios de comunicación locales, aunque se ha tratado de mejorar en este aspecto, aún falta mucho por hacer.

Otro de los aspectos de la comunicación institucional es el manejo del personal interno para coordinar acciones en favor de la institución y mostrar una imagen posicionada ante la ciudadanía.

> En lo interno un 50%, por cuanto no existe la completa participación de todos los funcionarios, en lo externo igual en un 50% porque no existe una persona que se encargue de esta función y además no había programas ni planes establecidos para dar a conocer las actividades. (A. Gaona, comunicación personal, 2015, 15 enero)

Una de las razones principales es que no existe presupuesto para contar con un especializado en comunicación, José Picoita (2015, comunicación personal) dice: No hay una adecuada comunicación, porque no existe presupuesto para contratar un comunicador social y por esta razón no se ha podido hacer un trabajo adecuado.

Estrategias comunicacionales

En toda institución, las estrategias comunicacionales se orientan a la planificación que tiene como propósito la aceptación de un público al que se destina la estrategia.

Las estrategias comunicacionales pueden ser: visita a medios de comunicación, campañas publicitarias, eventos participativos, asambleas, entrega de material didáctico para la ciudadanía, entre otras. El fin último, es conseguir la aprobación de la imagen institucional o del personaje que se promociona en espacios públicos, privados, medios

de comunicación.

En el caso particular del Gobierno Parroquial Vilcabamba, los presidente han aplicado distintas estrategias para llegar a su público, Diego Guerrero (2015, comunicación personal) manifiesta que trabaja con los diferentes medios de comunicación que permiten llegar a la ciudadanía para enfocar la labor que se va desarrollando.

En cambio, los ex presidentes utilizaban otros mecanismos para informar de su labor y promocionar su imagen a través de revistas, asambleas, medios de comunicación, eventos públicos.

> Utilicé las asambleas populares para que participe la gente, en donde asistían representantes de distintos sectores, también se realizó revistas y vídeos de la gestión y se entregaba luego de las asambleas.(A. Gahona, comunicación personal, 2015, enero 15)

Diferente a los demás el ex presidente parroquial, José Picoita (2015, comunicación personal), usó comunicaciones a través de la Iglesia y la realización de asambleas populares. Se hicieron afiches para promocionar eventos turísticos y actividades de carnaval.

Comunicación institucional durante los períodos de gestión

Para calificar el trabajo de la comunicación institucional dentro del Gobierno Parroquial se debe tener en cuenta factores como el presupuesto, que en palabras de los tres entrevistados, no existe partida para la contratación de un comunicador social, por lo tanto es limitado el acceso a un departamento de comunicación institucional.

Adálber Gahona, presidente parroquial 2009 – 2014, considera que la imagen durante su período la imagen que se tuvo del Gobierno Parroquial es buena, pero la gente es quien debe juzgar, personalmente, se hizo un buen trabajo atendiendo a diversos sectores para conseguir obras concretas y así la gente mantenga una imagen positiva de la gestión. (Comunicación personal, 2015, enero 15)

En cambio el presidente parroquial, José Picoita manifiesta que durante su período se realizaron algunas actividades en el marco de la Ley, y con la realización de asambleas parroquiales la ciudadanía podía conocer los proyectos a ejecutarse, considerando así que la imagen era buena.

La última palabra la tiene el pueblo, al que se deben las autoridades, haciendo un sondeo se estima que algunos períodos de gestión parroquial causaron una buena imagen en la parroquia Vilcabamba, a decir de sus propios ciudadanos, en cambio actualmente se estima que falta un poco de difusión por parte de la máxima autoridad.

Existencia de un departamento de comunicación institucional

En base al análisis de los referentes históricos de lo que ha sucedido en los períodos de gestión de los presidentes parroquiales se ha consultado la importancia de la creación de un departamento de comunicación institucional encargado de elaborar y difundir la información de la institución para que sea conocida por la ciudadanía, principalmente en la información de obras y proyectos, imagen institucional, etc.

Diego Guerrero, presidente actual, (2015, comunicación personal) menciona que a pesar de no contar con los recursos para la creación de un departamento, trata de hacer

siempre un trabajo articulado con la comunidad, mantener una comunicación constante y hablar un solo idioma.

En cambio para el ex presidente Adálber Gahona, siempre trato de manejar la comunicación para informar a la gente y dar la información necesaria más apegada a la realidad. Fui uno de las presidentes que más se preocupó de trabajar en el tema comunicación, para esto lo hice con el apoyo de la ex Asociación de Gobiernos Parroquiales Rurales de Loja (ASOGOPAL). (Comunicación personal, 2015, enero 15)

José Picoita (2015, comunicación personal) también considera que es importante la comunicación, porque podría mejorar diversos aspectos del GAD parroquial Vilcabamba como mejorar la imagen de la institución, la inclusión de la gente, gestionar recursos y promover actitudes en la ciudadanía para una mejor gestión.

Todo esto, hace ver en cuenta que un departamento de comunicación institucional sería primordial para el Gobierno Parroquial, para mejorar su imagen y aceptación, informar y cumplir con la Ley de Participación Ciudadana.

El aspecto que dificulta la implementación del departamento de comunicación institucional es: recursos económicos, los tres entrevistados coinciden en que no existe presupuesto para implementar este departamento, pero que se podría trabajar de alguna manera para potenciar su creación y apoyar junto con los administrativos y vocales del Gobierno Parroquial para la contratación del personal.

Comunicación y Participación Ciudadana

La ley de Participación Ciudadana promueve la información pública para que los ciudadanos tengan acceso a la información de relevancia que les interese sobre el accionar de sus mandantes; en este sentido la comunicación promueve la difusión informativa para cumplir con la ley a través de múltiples canales de información: web, revistas, vídeos.

Adálber Gahona (comunicación personal, 2015, enero 15) considera que sí, porque eso permite tener un acercamiento directo con la gente para que los ciudadanos puedan involucrarse en la toma de decisiones y participar de los procesos que se generan tanto en lo interno y externo del GAD Vilcabamba.

> Es importante todos los elementos técnicos de la comunicación ponernos al servicio de un gobierno local, eso debe ir acompañado de proyectos y gestión para que la gente pueda creer, sería comunicación con resultados (J. Picoita, comunicación personal, 2015, enero 16)

Con estas respuestas se puede afirmar que el buen manejo de la comunicación es primordial para cumplir con aspectos de la ley.

Sugerencias comunicacionales.

En la propia voz de los entrevistados se les consultó cuál sería su recomendación para mejorar la comunicación en el Gobierno Parroquial, a lo cual Diego Guerrero (presidente actual, comunicación personal, 2015) cree que la idea es lograr con la comunidad siempre un diálogo constante, que permita velar por los intereses de todos. Y eso es fundamental, mantener siempre la comunicación.

> Implementar un espacio de información periódica en la radio, aprovechar la página web y todos los medios electrónicos para informar de las actividades que realiza. Tener una buena relación con la Iglesia, con el Departamento de Comunicación del Municipio de Loja; y, lo más importante, fortalecer la relación con los comunicadores de Loja para que puedan hacer cobertura en la parroquia e informar de lo que sucede. (A. Gahona, comunicación personal, 2015, enero 15)

Para José Picoita ex - presidente parroquial del período 2000 – 2009, considera que se debe: incluir la participación de diversos actores y mostrar los resultados de la gestión, asambleas parroquiales, comunicación gestionada pero basada en hechos tangibles.

Entrevista a Vocales y Personal Administrativo:

Pregunta Nº 01.- ¿Cuál cree Usted que es el tipo de comunicación existente entre el Gobierno Parroquial de Vilcabamba y sus empleados?

Los cuatro vocales y los siete trabajadores administrativos concluyeron que la comunicación existente dentro de la institución parroquial es lineal o similar, debido a los rangos de respeto y amistad existentes entre todos. Además, por conocimiento y experiencia y las comisiones establecidas para trabajar, la comunicación siempre será similar, pero destacan que en ciertos casos sí se aplica la comunicación de jefe a empleados por el mismo hecho de poseer cargos y responsabilidades.

Pregunta Nº 02.- ¿Cómo califica Usted la comunicación interna del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

Los miembros del Gobierno Parroquial de Vilcabamba señalan claramente a la comunicación interna de la institución como regular, concepto adquirido por la escasa información e indicaciones de los roles a ejercer, dando como resultado la poca eficacia del personal contratado. Consideran que el espacio laboral, actualmente destinado, también genera muchos inconvenientes debido a que ni el presidente posee oficina. Señalan que la comunicación mejoraría si el poder de liderazgo y gestión del presidente fuera potencializado.

Pregunta Nº 03.- ¿Qué medio emplea comúnmente para comunicarse con el personal que labora en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

El personal administrativo de la institución parroquial en su mayor parte afirma que los medios de comunicación internos empleados por el momento, como: oficios, email, reuniones, memorandos… son funcionales, sugiriendo que se avise de los pormenores y actividades con anticipación y claridad, para poder estar preparados y aportar de la mejor manera.

Pregunta Nº 04.- Cuando se debe tomar una decisión importante para el Gobierno Parroquial de Vilcabamba, ¿toman en cuentan la opinión del personal?

El grupo entrevistado afirma que las opiniones se dan según la temática a tratar, si es ejecutivo solo el presidente, pero si son operativos todos los miembros del gobierno parroquial pueden opinar.

Pregunta Nº 05.- ¿Cuál de las siguientes opciones es para usted una necesidad inmediata del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

Capacitación en general y comunicación en particular son las sugerencias emitidas por la mayoría del personal, debido a que las dos alternativas son vistas como necesidades inmediatas para el mejoramiento y desempeño del Gobierno Parroquial de Vilcabamba. Señalan que el mejor manejo de la comunicación interna y externa ayudaría mucho.

Pregunta Nº 06.- ¿Considera que la implementación de una oficina de comunicación es primordial para el trabajo y la comunicación interna-externa del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

El personal manifiesta que la gestión adecuada de la comunicación es la base de una buena administración, y que la implementación de una oficina de comunicación es primordial en el gobierno actual, necesidad inmediata de suplir. Resaltan que el Gobierno en sí, no tiene presupuesto para contratar un comunicador, pero existe la posibilidad de gestionar. Insisten en que por el momento sería opcional la capacitación para la implementación de un plan estratégico de comunicación para mejorar la interacción con la colectividad.

g. DISCUSIÓN

Para comprobar el cumplimiento de la hipótesis planteada en el proyecto de investigación, se consideró de manera específica los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas y entrevistas a la ciudadanía, autoridades y personal administrativo del GADPV, evaluando su respectiva tabulación e interpretación, en función de los objetivos trazados para determinar aspectos concretos respecto al tema de investigación.

OBJETIVO GENERAL

Se planteó el siguiente:

Lograr que el GADPV potencialice la comunicación institucional como herramienta que promueva la participación ciudadana para el funcionamiento democrático, transparente y armónico, ciudadano-institución y viceversa.

VERIFICACIÓN:

Para verificar el objetivo general se han analizado las respuestas de la encuesta y entrevista aplicada al público y autoridades. El trabajo de campo ha dado como resultados que la comunicación institucional es un factor de gran importancia para el fomento de la participación ciudadana. A su vez, ha definido el problema, la carencia de comunicación institucional dentro del GAD Parroquial Vilcabamba ocasiona desinformación.

Con todo esto se ha cumplido el objetivo general ya que a través de la socialización de la propuesta se está comunicando el problema actual y la solución que contribuye a mejorar la comunicación institucional con un plan estratégico de comunicación interna y externa que debe ser aplicado para fomentar la participación de la ciudadanía en democracia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

ENUNCIADO UNO:

Conocer la relación comunicacional que existe entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba y sus públicos.

VERIFICACIÓN:

Este objetivo se verificó con el resultado de la encuesta aplicada a la ciudadanía en la pregunta N°4, en la que se clarifica que la comunicación existente entre el Gobierno Parroquial y la Comunidad es escasa, debido a que no hay acercamientos ni canales de comunicación adecuados para conocer del trabajo que viene desarrollando. Además, la respuesta de la pregunta N° 5 destaca también que los medios comunicacionales empleados hasta el momento no son suficientes para conocer y con ello promover la participación en la comunidad, prevaleciendo el boca a boca, el cual no es el más adecuado, comunicacionalmente hablando. Esto siempre conduce a que la comunidad piense e intérprete de forma subjetiva, a veces para mal. Adicional a esto, la respuesta

N° 2 de la entrevista aplicada al personal administrativo y a vocales del GADPV califica como regular la comunicación existente.

ENUNCIADO DOS:

Diagnosticar el nivel de impacto de las estrategias comunicacionales que actualmente emplea el GAD Parroquial de Vilcabamba, mediante la aplicación de técnicas de recolección de información, para la determinación precisa de las fortalezas y falencias relacionadas con la comunicación institucional.

VERIFICACIÓN:

Esta interrogante se pudo verificar con la respuesta de la pregunta N° 1 de la encuesta aplicada a la ciudadanía, la comunidad evidencia su falta de conformidad por la labor que presta la entidad debido a la escasa información que genera de los proyectos e iniciativas de trabajo emprendidas por la actual administración. La respuesta de la pregunta N° 3 permitió medir el alcance de la estrategias utilizadas hasta el momento, dando como resultado que el material promocional que se utiliza no es visible y las formas de difusión no son de alcance a toda la población, porque lo desconocen y no ha llegado a sus manos.

La respuesta de la pregunta 1 de la entrevista aplicada a los presidentes parroquiales determinó también que las estrategias comunicacionales empleadas solo servían para determinados sectores sociales y no llegaban a la totalidad de la población; el Gobierno Parroquial de Vilcabamba carece de estrategias comunicacionales técnicamente

concebidas que le permitan fortalecer su comunicación; las utilizadas hasta el momento no son eficaces para llegar a toda la comunidad.

ENUNCIADO TRES:

Establecer cómo se percibe la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba por parte de los habitantes de los barrios.

VERIFICACIÓN:

Este objetivo se cumplió con la pregunta 1 de la encuesta a la ciudadanía en la que una ligera mayoría de los encuestados manifestó que la gestión de la institución no es buena. El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba no cuenta con una imagen pública adecuada y la ciudadanía percibe a la institución con deficiencias comunicacionales, de espacio operativo e incluso administrativas.

ENUNCIADO CUATRO:

Investigar los aspectos teóricos relacionados con los procesos que deben desarrollarse, a través de la aplicación de métodos teóricos, empíricos y técnicas de recolección de información, para la sustentación técnica y científica de la propuesta alternativa.

VERIFICACIÓN:

Este objetivo se verificó con el trabajo de campo realizado, debido a que gracias al proceso metodológico empleado se pudo recabar información de toda índole, la misma que permitió llegar a resultados confiables, que permitió asegurar que el manejo de la comunicación institucional en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba es débil, lo cual permite que los ciudadanos queden excluidos de su participación como lo estable la ley, dejando de lado el proceso de veeduría ciudadana y la integración ciudadana.

Las respuestas obtenidas a través de la aplicación de la encuesta y la entrevista permitieron obtener datos precisos acerca de las necesidades de incluir estrategias de comunicación en el GADPV brindando respuestas claras acerca de los elementos que se deben incluir en la formulación de una propuesta alternativa que recoja las principales necesidades de la ciudadanía.

ENUNCIADO CINCO:

Elaborar un plan de comunicación organizacional para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba, mediante el análisis, interpretación de la información y aplicación de conocimientos obtenidos durante el proceso investigativo, con el fin de potenciar un vínculo ciudadano-institución, a través de la participación ciudadana que confluya en el desarrollo socio-económico del sector.

VERIFICACIÓN:

Este objetivo se comprobó con las respuestas de las pregunta N° 6 y 7 de la encuesta aplicada en la ciudadanía, en donde recogen el interés de la gente de potencializar la comunicación a través de diferentes medios y herramientas comunicativas y consideran que una mayor difusión permitirá mejorar la relación ciudadanía – institución.

Además está la respuesta de la pregunta 7 de la entrevista aplicada al personal administrativo del GADPV en donde se manifiesta la importancia de la implementación de un departamento de comunicación institucional para el Gobierno Parroquial Vilcabamba. Las respuestas brindan una orientación clara de hacia dónde debe ser dirigido el plan de comunicación organizacional y los elementos que debe contener para la correcta aplicación y difusión a la ciudadanía y así consolidar la participación de distintos sectores.

COMPROBACIÓN O DESAPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Realizada la tabulación, análisis e interpretación de los datos recolectados a través de la encuesta y entrevista en la parroquia Vilcabamba, se pone a consideración el análisis general de las respuestas que permitirán llegar a la comprobación de la hipótesis.

ENUNCIADO DE LA HIPÓTESIS:

"La inexistencia de un departamento que promueva la comunicación institucional, técnicamente concebida, dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba, obstaculiza la aplicación de la Ley de Participación Ciudadana y el fortalecimiento de la identidad e imagen de la institución".

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES:

Variable Dependiente:

- Departamento de comunicación institucional.

Variables Independientes:

- Ley de Participación Ciudadana
- Fortalecimiento de la identidad e imagen de la institución.

CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES:

Departamento de comunicación institucional

Un departamento de comunicación institucional es fundamental dentro de cualquier institución ya que a través de este se puede informar de las actividades que se realizan, además el encargado de manejar la comunicación planifica estrategias para la correcta difusión de proyectos y planes que se vienen ejecutando. La planificación comunicacional es fundamental para conseguir una buena imagen institucional en los públicos a los que se pretende llegar.

Partiendo de la variable dependiente, en base a las respuestas obtenidas se puede ver que el cien por ciento de la ciudadanía encuestada considera que hace falta difundir por distintos medios de comunicación las actividades que realiza el GADPV incidiendo directamente en el establecimiento de un departamento de comunicación institucional para que trabaje en estrategias de difusión para informar adecuadamente de las actividades que se realizan.

Ley de Participación Ciudadana y fortalecimiento de la identidad e imagen de la institución

De la información sobre Ley de Participación Ciudadana y fortalecimiento de la identidad e imagen de la institución se deduce que: el cien por ciento de la población que se tomó en cuenta para el análisis considera que la existencia de un departamento de Comunicación Institucional sí incide en la participación de la ciudadanía para cumplir

con lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana y, además, que una adecuada comunicación permite que el público mejore la imagen que tiene del GADPV porque conocerá sobre las gestiones que realizan fortaleciendo la aceptación de la institución.

DEDUCCIÓN LÓGICA

Confrontados los referentes teóricos con los datos de la población investigada se procede a verificar que existe relación directa entre el Departamento de Comunicación Institucional en el GADPV y la aplicación de la ley de Participación Ciudadana y el fortalecimiento de la identidad e imagen de la institución, por lo tanto:

- Se comprobó que a una mayor difusión de las actividades que realiza el GADPV existirá una mejor aceptación en la población, mejorando la imagen de la institución y se cumplirá con lo establecido en la Ley de Participación Ciudadana.

- A menor difusión y falta de interés por la comunicación institucional, menor será la aceptación de la ciudadanía.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS:

Una vez analizada e interpretada la información se puede constatar que la comunicación institucional en el GADPV no se ha desarrollado adecuadamente y que los resultados obtenidos a través de la aplicación de encuestas y entrevistas denotan claramente que hace falta potencializar la comunicación institucional de la entidad parroquial por los canales de comunicación adecuados. De esta manera, queda verificada la hipótesis, si no

existe una comunicación institucional adecuada tampoco existe la aplicación de la Ley de Participación Ciudadana y la imagen de la institución se ve desmejorada.

h. CONCLUSIONES

- El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba no posee un departamento de comunicación que contribuya a mejorar el flujo de la información y la armonización de la imagen ante sus públicos internos y externos.

- El medio más utilizado en la comunidad de Vilcabamba para informarse de las actividades del GADPV, es el boca a boca, el cual no es el más conveniente debido a la falta de fundamentos que contiene esta forma de difusión oral.

- Los presidentes parroquiales de los dos años anteriores y el actual, conocen de la importancia de la comunicación institucional pero se ven limitados a reforzarla por la falta de presupuesto anual.

- El marco legal del Ecuador promueve y exige a las entidades públicas la comunicación para fomentar la participación ciudadana, pero limita a los Gobierno Parroquiales y no a los cantonales, provinciales y zonales de presupuesto para ejercerla técnicamente.

- La implementación de un plan estratégico de comunicación es fundamental ante las circunstancias sociales, económicas y comunicativas del GADPV para fortalecer su imagen y promover la participación ciudadana.

i. RECOMENDACIONES

- Al GADPV que implemente estrategias comunicacionales, técnicamente concebidas, ya que la ciudadanía exige moral y legalmente conocer de su trabajo y proyectos.

- A los miembros del GADPV gestionar el acceso a medios de comunicación tradicionales como radio, medios impresos y televisión y potencializar los medios de comunicación existentes en la parroquia para la difusión de las actividades que realizan y así evitar que el boca a boca sea el único canal de difusión de las actividades.

- Al presidente parroquial de Vilcabamba gestionar la capacitación relacionada con temas de comunicación institucional, para conocer la importancia de la misma en las instituciones y con ello mejorar el poder de administración y gestión.

- Al presidente parroquial, que haga conocer públicamente de la falencia económica, que no permite gestionar de mejor manera la comunicación en el gobierno parroquial y la afectación a la participación ciudadana.

- El diseño de un plan de comunicación organizacional para el GADPV debe recoger todo lo manifestado por la ciudadanía y miembros del mismo, debe ser elaborado en un lenguaje accesible y permitir ser utilizado por sus miembros para así conseguir una adecuada difusión y participación en la ciudadanía, transparentando y mejorando la imagen de la gestión actual.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

TEMA:

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA (GADPV) DEL CANTÓN LOJA.

AUTOR:

Franklin Gustavo Santín Picoita

DIRECTOR:

Dr. Jaime Flórez Meza, Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR

2015

PROPUESTA ALTERNATIVA

1. TEMA

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA (GADPV) DEL CANTÓN LOJA.

2. ANTECEDENTES

Los resultados obtenidos en la presente investigación validan que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Vilcabamba (GADPV) carece de estrategias de comunicación y de una oficina o departamento de comunicación que permita promover la participación ciudadana y el fortalecimiento de la imagen de la entidad parroquial, debido a que se desconoce el trabajo de la misma y sus potencialidades por la escasa información y difusión en los medios existentes.

El GADPV está instituido legalmente como el organismo encargado de velar y trabajar por el desarrollo de su comunidad, en lo que le compete según la ley, utilizando fondos del Estado, esto amerita aplicar la comunicación institucional para informar de su accionar y transparencia y con ello promover la participación ciudadana.

Lo mencionado está ceñido a la Constitución de la República, al Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), a la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social (LOPCCS) y a la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) que plantean la

participación ciudadana y el derecho de acceso a la información relacionada con asuntos públicos, para ejercer un efectivo control y exigir la rendición de cuentas.

La comunicación del GADPV del cantón Loja se convierte en un servicio ciudadano que debe ser operado bajo las normas, reglas, doctrinas y ética profesional, convirtiéndose en la imagen de la entidad, pero sobre todo porque su trabajo está unido a la ciudadanía. El pueblo es el primer fiscalizador del Estado.

La información proporcionada en la investigación muestra que la débil comunicación de la institución parroquial se debe a la falta de un espacio adecuado que promueva o conciba técnicamente la comunicación en la institución. Esto es limitado también por el presupuesto; pero existe una posibilidad dada por la gestión que debería realizar el presidente parroquial para poder implementarlo, ya que esta es una de sus obligaciones.

Por lo anteriormente expuesto, la implementación de un plan estratégico de comunicación que resulte eficaz tanto para las estructuras más básicas como para las más grandes (Gobiernos Seccionales, por ejemplo) permitirá manejar correctamente esquemas pre-diseñados de comunicación, que serán el primer paso para tener un mejor contacto con la población y por consiguiente para cumplir las metas trazadas en la gobernanza.

El aporte del Plan Estratégico de Comunicación del GADPV consiste en generar una verdadera comunicación tanto interna como externa, difundir e informar de la gestión, administración e inversión social, así mismo con responsabilidad y transparencia de las

acciones desarrolladas por sus autoridades, generando una verdadera identidad corporativa de liderazgo y eficiencia.

Esperamos que con este trabajo las expectativas creadas con el inicio de la investigación sean resueltas, debido al esfuerzo y motivación puestos en movimiento, con el único fin de elaborar una propuesta de calidad y pertinencia.

3. JUSTIFICACIÓN

Debido a que en la actualidad el GADPV no posee un departamento de comunicación, ni el dinero para plasmarlo, el presente trabajo se orienta a fortalecer la comunicación institucional de la entidad parroquial, mediante la propuesta de un plan básico de comunicación, el cual comprende, entre otras cosas, un manual de marca y uso de la papelería corporativa, así como una matriz para el monitoreo de las publicaciones en los medios de comunicación sugeridos por la ciudadanía.

Además se entregará productos comunicacionales que quedarán como base para el diseño de otros insumos que logren una mayor difusión de los servicios, funciones y competencias de la institución. Esto permitirá abrir fronteras hacia un nuevo vínculo social e incluso competitivo.

Ante ello, se cree conveniente empezar con la redacción de un Plan Estratégico de Comunicación del GADPV para establecer las estrategias necesarias para la planificación y finalmente la elaboración de los productos comunicativos que servirán como punto de partida para el manejo de la imagen institucional. Este aspecto se verá reflejado cuando se ponga en marcha la propuesta alternativa. Con estas referencias justificamos la propuesta, resultado del informe final de la indagación.

4. OBJETIVOS

En la presente propuesta, se han planteado los siguientes objetivos:

Objetivo General

- Motivar a que las autoridades parroquiales comprendan la importancia de mantener una adecuada Comunicación Institucional.

Objetivos Específicos

- Elaborar un plan de comunicaciones internas y externas para el GADPV.
- Contribuir con estrategias de planificación y estructuración que permitan mejorar el accionar comunicacional del GADPV.
- Lograr que los habitantes de la parroquia se enteren oportuna y masivamente de las actividades emprendidas por el GADPV y participen activamente.

5. VIABILIDAD DE LA PROPUESTA

La puesta en marcha de la propuesta como resultado del informe final está cimentado sobre la seriedad de una investigación constante y detallada, por lo que se ha considerado viable y oportuna, debido a que se ha determinado que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba no posee una oficina de comunicación que le permita planificar de la mejor forma su comunicación institucional para promover la participación ciudadana y el mejoramiento de su imagen.

Retomando la problemática de la investigación como un fenómeno social inmerso en la Comunicación Institucional, es palpable que a los habitantes de la parroquia de Vilcabamba sí les interesa participar de las actividades que promueve la entidad

parroquial debido a que ellos la ven como una acción necesaria para velar por los intereses del pueblo y que les permitiría ser partícipes de las acciones para su desarrollo.

Por ello, estamos seguros que la implementación de esta alternativa que consiste en diseñar un plan estratégico de comunicación será un aporte al desarrollo de la comunicación interna y externa con la que cuenta potencialmente la institución. Además garantizará la calidad profesional en el manejo de las relaciones entre la institución y sus mandantes.

6. PRODUCTO

Se detalla a continuación.

Gobierno Autónomo Descentralizado

Parroquial Vilcabamba

Plan de Estratégico de Comunicación

"Un gobierno de puertas abiertas"

2015

ÍNDICE

1.- Introducción

2.- Diagnóstico

3.- Objetivos

4.- Mensaje

5.- Destinatarios

6.- Estrategias y Actividades

6.1.- Comunicación Interna

6.2.- Imagen, Comunicación Externa y Difusión

6.3.- Responsable de Comunicación

7.- Herramientas

8.- Presupuesto

9.- Cronograma

10.- Seguimiento y Evaluación

1.- INTRODUCCIÓN

El buen desempeño e imagen de un gobierno parroquial dependen en gran medida del manejo de las actividades de comunicación y difusión. El uso correcto logra transparentar su trabajo y promover la participación ciudadana como los estipula el margen legal del Ecuador.

El presente plan tiene como objetivo desde un inicio manifestar una planificación estratégica y una gestión eficaz de las actividades y herramientas de comunicación y difusión elaboradas, puestas a consideración del presidente, vocales, técnicos y personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba (GADPV) para su aplicación.

El plan estratégico es un modelo de CREA BUSINESS IDEA (2009) para los pymes. Contiene lineamientos estratégicos entendibles y aplicables que permiten llegar a la comunidad con mensajes legibles, para así promover una cultura organizacional logrando fundamentar la participación activa de los habitantes de la parroquia de Vilcabamba.

El trabajo nace de un estudio planificado y resultados contrastados que permiten dar pertinencia a lo expuesto.

El Plan de Comunicación y Difusión está compuesto por los siguientes elementos:

- Objetivos y grupos destinatarios
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad

- Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas
- Indicación de los resultados esperados de las medidas de publicidad y difusión

Este documento elaborado para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Vilcabamba (GADPV) especifica las modalidades y fases de realización anual necesarias para alcanzar los objetivos de información y de comunicación.

2. DIAGNÓSTICO

Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba.

Febrero 2015

Las fortalezas y debilidades son a nivel interno. Las oportunidades y amenazas, a nivel externo.

Análisis FODA	
Fortalezas	**Oportunidades**
• El ambiente laboral aún es bueno por los rangos de amistad. • Personal dispuesto al cambio. • Asesoría por parte de instituciones públicas. • Renombre de la parroquia como medio de ventaja para la gestión de recursos.	• Organismos públicos y privados apoyan con proyectos a la comunidad. • Desarrollo de proyectos productivos dentro de la comunidad. • Mejorar y mantener buenas relaciones con todos los públicos. • Ser la parroquia líder en procesos de gestión y desarrollo.
Debilidades	**Amenazas**
• No adoptan estrategias de trabajo en equipo como la sinergia o de desarrollo personal. • Poco compromiso por parte de los miembros de la Junta Parroquial al momento de actuar. • La infraestructura no es propia. • Falta de directrices claras, acordes a la realidad parroquial. • Procedimientos básicos no estructurados. • Escaso mobiliario, equipos, muebles y enseres, adecuados para su funcionamiento. • Falta de difusión de la información sobre el accionar de la institución.	• Restricciones presupuestarias para apoyar la gestión del GADPV. • Elevados precios de los insumos. • La no toma de conciencia de la comunidad sobre la importancia de la participación en la toma de decisiones. • Corrupción. • Poco involucramiento de la personas (mandantes) en el fomento del desarrollo parroquial. • Mala imagen.

3. OBJETIVOS

Los **Objetivos Generales** del Plan de Comunicación y Difusión para el GADPV son los siguientes.

- Optimizar el flujo de la información entre los públicos (internos-externos) y organizar una comunicación eficiente entre las instituciones cooperantes.
- Dar a conocer la gestión y el trabajo a los públicos (internos y externos).
- Informar y comunicar la gestión, el trabajo y los resultados del mismo, a los medios de comunicación.

Los **Objetivos Específicos** de la **Comunicación Interna** son:

- C1. Sistematizar la comunicación entre el presidente, vocales y personal administrativo ya que de ello dependerá el éxito del gobierno actual.
- C2. Mantener informados a los vocales y personal administrativo sobre las acciones y obligaciones administrativas y financieras, así como de seguimiento y evaluación.

Los **Objetivos Específicos** de las actividades de **Difusión y Comunicación Externa:**

- D1. Poner en conocimiento del público objetivo los diferentes proyectos dados en el GADPV: en qué consisten; sus objetivos; motivo de su creación; sus resultados; etc.
- D2. Divulgar los avances realizados y los resultados obtenidos en el transcurso de cada uno de los proyectos dados.

- D3. Incentivar a líderes y comunidad en general a participar de las diferentes actividades para el desarrollo de la comunidad.
- D4. Potencializar la imagen del GADPV como un gobierno de puertas abiertas, activo y progresista.
- D5. Difundir, aún más, la imagen turística de la parroquia, haciendo uso de los recursos de comunicación disponibles.

4. MENSAJE

Los mensajes promocionales que planifique el GADPV serán un resumen de la "esencia" del Quiénes Somos. Siendo simples y concretos, suponen la base para todas las actividades de difusión y deben ser relevantes para los públicos objetivos. Los mensajes recordarán los objetivos y pondrán de relieve el valor añadido y los beneficios que aportan.

Como mensajes claves para las acciones de difusión y comunicación externa se han desarrollado los siguientes.

Aspecto a difundir	Mensaje Ejemplo
Proyectos Asuntos sociales, deportivos y culturales	***"Cultura y deporte, nuestra dedicación".*** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba
Proyectos Obras Públicas y Vialidad	***"Vialidad y acción para una mejor integración".*** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba
Proyectos Inversión y Medio Ambiente	***"Verde y viva, Vilcabamba activa".*** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba
Proyectos Turismo y Equidad de Género	***"Valle de la longevidad" "Respeto y equidad"*** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba

5. DESTINATARIOS

Las actividades de comunicación y difusión del GADPV tienen como objetivo transmitir una serie de mensajes e informaciones a grupos de destinatarios claramente identificados. Se trata de los siguientes grupos:

Destinatarios directos internos:

- Vocales y Alternos
- Técnicos de Proyectos
- Personal Administrativo

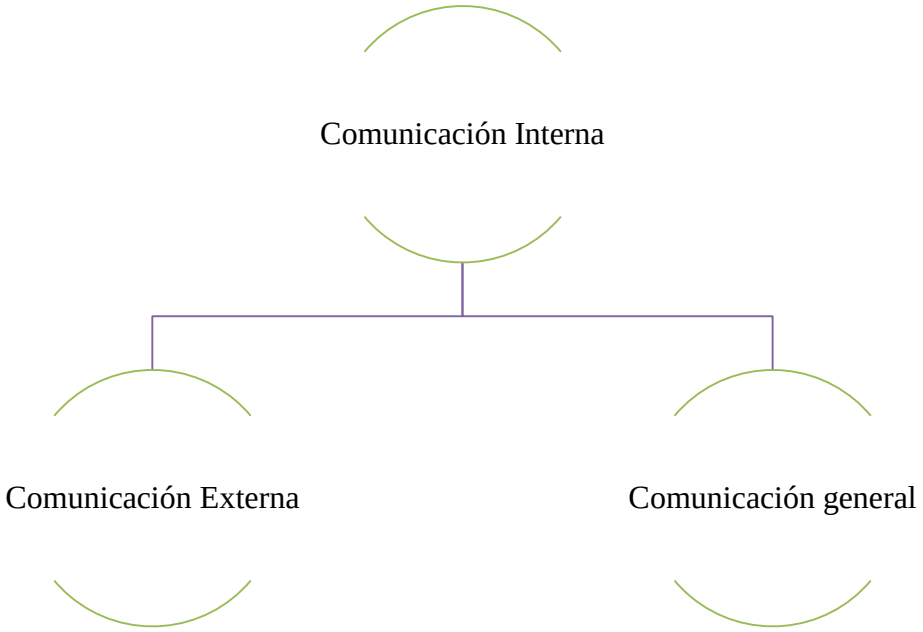
Destinatarios directos externos:

- Líderes barriales
- Líderes grupos sociales
- Líderes de entidades públicas y privadas representativas en la comunidad

Destinatarios Generales:

- Organismos y entidades públicas del cantón y la provincia
- Medios de Comunicación
- La Sociedad en general

6. ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES



- **Comunicación Interna.-** Entre presidente, vocales, técnicos y personal administrativo. Difusión de todo el accionar de la institución.

- **Comunicación Externa.-** Entre el GADPV y líderes barriales, líderes grupos sociales, líderes de entidades públicas y privadas representativas en la comunidad.

- **Comunicación General.-** A la sociedad en general a través de la publicación en medios de comunicación de alcance provincial de la información relativa a decisiones, resultados y beneficios.

Los tres ejes de acción que forman los pilares de la estrategia de comunicación y difusión prevén la adecuación coherente de las actividades y herramientas de comunicación a los diferentes objetivos y grupos destinatarios.

La relación entre objetivos, grupos destinatarios y actividades/herramientas es, por lo tanto, la que se puede apreciar en el siguiente cuadro:

CUADRO DE RELACIÓN OBJETIVOS–DESTINATARIOS–ACTIVIDADES/HERRAMIENTAS

Destinatarios / **Objetivos**	**Destinatarios Directos**	**Destinatarios Directos Externos**	**Destinatarios Generales**		
			Organismos y entidades públicas del cantón y provincia	**Medios de Comunicación**	**Sociedad**
C1. Sistematizar la comunicación	Informes y página web				
C2. Mantener informados a los miembros del GADPV		Medios de comunicación internos			
D1. Conocimiento de proyectos			Reuniones	Boletines	Radio Web Redes Sociales
D2. Divulgar avances			Reuniones	Boletines	Radio Web Redes Sociales
D3. Incentivar a líderes			Reuniones Asambleas		
D4. Potencializar la imagen			Material promocional Redes Sociales	Material promocio-nal Redes Sociales	
D5. Difusión Parroquia turística			Material Promocional Redes Sociales	Material Promocio-nal Redes Sociales	Medios de Comunicación Vallas Radio

La estrategia general se divide, según los grupos destinatarios y objetivos de la comunicación y difusión, en tres bloques:

6.1. Comunicación Interna

La estrategia de la Comunicación interna tiene como objetivo la sistematización y estructuración de la información de forma que garantice una gestión eficaz y transparente, así como asegurar una fluida y eficiente comunicación entre los directamente involucrados. Esto se pretende alcanzar mediante el uso de las siguientes herramientas:

- Elaborar conjuntamente y compartir los Informes de Actividades.
- Creación de correos institucionales con herramientas de gestión y de intercambio de información.
- Acceso a documentos actualizados de planificación y gestión (Plan de Trabajo, Distribución de Tareas, Acuerdo de Colaboración, Plantillas de Informes, Modelos de Notas de Prensa, Modelos de Memos, Oficios, Manual de Imagen Corporativa).
- Archivo compartido de documentos –posible la subida y descarga de documentos.
- Reuniones periódicas de gestión.
- Herramientas de telecomunicación (teléfono, correo electrónico, fax, videoconferencia).

6.2. Imagen, Comunicación Externa y Difusión

La estrategia de la comunicación externa y difusión incluye tanto la difusión y comunicación a todos los grupos de destinatarios directos internos, destinatarios

directos externos y destinatarios generales. La estrategia abarca las siguientes líneas de actuación y herramientas de difusión:

- Imagen Corporativa

  - Creación de un logo o escudo institucional y una Imagen Corporativa

- Web y Tecnologías de la Información

  - Actualización de la página web existente, con lineamientos acordes al nuevo gobierno.

  - Participación en Redes Sociales

- Material Promocional

  - Folletos con información general

  - Papelería y material promocional

  - Afiches

- Trabajo con Medios de Comunicación

  - Notas de Prensa

  - Introducción de noticas en las redes y página web

  - Publicidad de las diferentes actividades importantes en el año

- Actos y eventos

  - Reuniones barriales (Trimestrales)

  - Talleres de creatividad con los jóvenes (Uno al año)

  - Mesa de encuentro con la comunidad en general (Una al año)

- Rendición de Cuentas

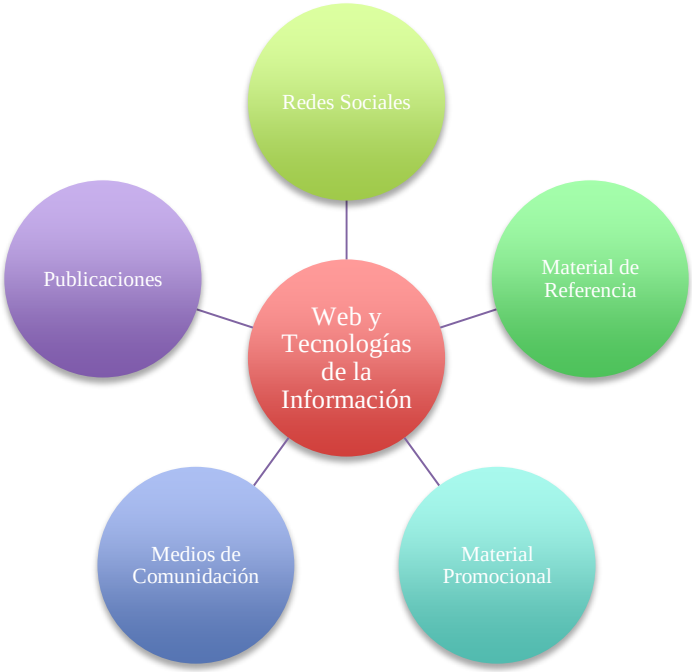
En el siguiente capítulo se presentan con más detalle las herramientas clave en las estrategias de comunicación y difusión.

6.3.- Responsable de Comunicación

El proyecto de comunicación sugiere a Karla León, vocal quinto y encargada de la Comisión de Turismo y Equidad de Género como la responsable de comunicación del GADPV. En ese sentido ella debe velar por el buen desarrolla de este Plan, controlar que todas las actividades que están incluidas en el formulario del proyecto se lleven a cabo de forma exitosa y que las actividades de comunicación de cada público sean coherentes entre sí.

7. HERRAMIENTAS

Las herramientas claves de comunicación y difusión para el presente plan son las que se detallan en el siguiente gráfico.



Página Web.- Será un elemento central que sirve no sólo para ofrecer información directa, sino también como herramienta de difusión y envío de otros materiales, como por ejemplo el material de referencia, las publicaciones, los folletos, el logotipo. Asimismo, se podrá 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 facilite el trabajo con este grupo destinatario.

Material Promocional.- Se compone de folletos de difusión y otro material como papelería, banners a usar durante eventos y actos oficiales. Los folletos serán de uso exclusivo para promocionar proyectos relevantes, fiestas y trabajo.

Medios de Comunicación.- Las notas de prensa y los artículos que se difunden deben estar adecuados al lenguaje de los medios de comunicación, utilizando titulares, subtítulos, organizando la información según su importancia, empleando herramientas visuales (gráficos, fotografías, videos), sonoras e impresas, 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 ruedas de prensa o una presentación pública del proyecto en los medios de comunicación. Se recomienda siempre indicar la página web del proyecto y una persona y dirección de contacto.

Actos y Eventos.- Como un gobierno de líneas gobernables diferentes e innovadoras es necesario tener mayores acercamientos hacia los diferentes grupos de la comunidad. Los actos y eventos, como reuniones, asambleas parroquiales o reuniones barriales, serán el punto primordial para mejorar la imagen, mejorar la toma de decisiones y buscar siempre las alternativas viables para solucionar problemáticas o reforzar fortalezas. Estos se realizarán haciendo un buen uso del material promocional.

Material de Referencia.- Las obras y todo el accionar siempre será plasmado en una revista o publicaciones anuales, en el acto de rendición de cuentas, mismas que fundamentarán aún más la imagen del gobierno, como se plantea en los objetivos, es decir, trasparencia, participación y desarrollo.

Redes Sociales.- Esto nos permitirá difundir y reforzar los mensajes elaborados de nuestro accionar. Al igual, nos identificará como un gobierno que acoge y está predispuesto al uso y beneficios de las nuevas tecnologías. Para ello, se cree necesario elaborar un plan de redes sociales que abarque estrategias para mejorar, informar y crear tendencias del GADPV y Vilcabamba como parroquia en las redes.

8. PRESUPUESTO

En el proyecto está previsto el presupuesto para actividades de comunicación y difusión que se presenta en el siguiente cuadro.

Unidad	Actividad	Valor Unitario	Valor Total (Más gastos estipulados en la ley)
1	Creación de un logo o escudo institucional y una Imagen Corporativa	900	1200
1	Actualización de la página web existente, con lineamientos acordes al nuevo gobierno.	500	600
1	Participación en Redes Sociales	400	500
1	Folletos y material promocional	2000	2500
1	Afiches	1000	1200
1	Trabajos con medios de comunicación	2000	2500
1	Asambleas	5000	5050
Total		11,800	13,550

9. CRONOGRAMA DEL PLAN ESTRATÉGICO

Las actividades de comunicación y difusión a priorizar se realizarán según el siguiente calendario correspondiente a 2015:

ACTIVIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Plan de Comunicación		X										
ImagenCorporativa			X									
Web y tecnologías del as información				X								
Material Promocional					X							
Trabajo con Medios de Comunicación					X	X	X	X	X	X	X	X
Actos y Eventos											X	X

10. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Para garantizar la realización de las medidas previstas en materia de comunicación y difusión y para facilitar una gestión eficaz y transparente del proyecto en general, se incluyen los objetivos cuantitativos y los resultados esperados de las actividades de difusión y comunicación, definidas al inicio del proyecto.

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR	VALOR OBJETIVO DE CADA MIEMBRO DEL GADPV (A REALIZAR)	VALOR OBJETIVO TOTAL (A REALIZAR)
Realización	Plan de Comunicación		
	ImagenCorporativa		
	Web y tecnologías de la información		
	Material Promocional		
	Actos y eventos		
Resultado	Buena Imagen		
	Gobierno de puertas abiertas		

11. CRONOGRAMA DE LA PROPUESTA

ACTIVIDADES	Enero	Febrero	Marzo
Creación del proyecto comunicacional, plan de gestión y estudio técnico.	X	x	
Socialización del PROYECTO COMUNICACIONAL con los miembros del Gobierno Parroquial de Vilcabamba.			x
Presentación del proyecto ante el GADPV.			x
Aprobación y revisión del plan en su parte técnica, tecnológica y de personal.			x

j. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.

- Asamblea Nacional. (2008). *Ley de Transparencia y el derecho a la Información.* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de: http://informaciontransparente.wordpress.com/acerca-de/

- Asamblea Nacional. (2008). *Ley de Participación Ciudadana.* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de: http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org6.pdf

- Agencia ANDES. (2013). Extranjeros cambiaron la vida de Vilcabamba. *El Telégrafo.* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de : http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/extranjeros-cambiaron-la-vida-de-vilcabamba.html

- Comité Multicultural Vilcabamba. (2012). *Informe reunión presidentes barriales.*

- FONSECA Yerena, María del Socorro. (2000). *Pearson Educación: Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México. Primera Edición.

- Fotonostra. (2014). *¿Qué es la Comunicación?* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de: http://www.fotonostra.com/digital/comunica.htm

- Gobierno Parroquial de Vilcabamba. (2012) *¿Quiénes queremos ser?* Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de: http://www.vilcabamba.gob.ec/institucion/mision-vision

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo Poblacional, sector Vilcabamba.* Recuperado el 03 de septiembre de 2013, de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec

- Lamb, Charles W.; Hair, Joseph y Mc Daniel, Carl(2006). *Marketing.* International Thomson Editores. OctavaEdición.

- Lourdes, Tiban. (2000). *El concepto del desarrollo sustentable y los pueblos indígenas.* Recuperado el 04 de septiembre de 2013, de: http://icci.nativeweb.org/boletin/18/tiban.html

- Ministerio de Coordinación de la Política. (2011). *Código Orgánico de Organización Territorial, y Autonomía y Descentralización* (Primera Edición).

- Plan Nacional del Buen Vivir. (2008). *El Buen Vivir en la Constitución del Ecuador.* Recuperado el 05 de septiembre de 2013, de:http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador

- Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. (2011). *La nueva participación ciudadana en Ecuador y Bolivia. ¿Resultados de la lucha del movimiento indígena-campesino?* Recuperado el 06 de septiembre de 2013, de:http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/MT_americalatina/ottocolpari.pdf

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013-2017). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional del Buen Vivir.* Recuperado el 06 de septiembre de 2013, de: http://plan.senplades.gob.ec/presentacion

- Stanton, William; Etzel, Michael y Walker, Bruce. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill Interamericana. Decimocuarta Edición.

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

"ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA"

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:

Franklin Gustavo Santín Picoita

DIRECTOR:

Mg. Sc. Jaime Flórez Meza

Loja-Ecuador
2013

a. TEMA

“ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS, SEGÚN LA LEY DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA RECOGIDA EN EL PLAN DEL BUEN VIVIR. PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – DICIEMBRE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA”

b. PROBLEMÁTICA

Ubicación y Contextualización

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba (GADPV), está situado a unos cincuenta y dos kilómetros de la ciudad de Loja, Ecuador. Sus instalaciones se encuentran en la cabecera parroquial, Casa Comunal, calles Diego Vaca de Vega y Bolívar.

"Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por los órganos previstos en este código para el ejercicio de las competencias que les corresponden" (Ministerio de Coordinación de la Política, 2011, p.47).

La parroquia de Vilcabamba, según el censo INEC (2010) se constituye por 4.778 habitantes, de los cuales 2.365 son hombres y 2.413 son mujeres. Aproximadamente, el 70% de la población es mestiza, el 25% es extranjera y el 5% es indígena. Es importante destacar que residen 1.200 personas de: EE.UU., Alemania, Bélgica, Italia, Chile, Argentina y Colombia.

Aquí radica que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba (en adelante GADPV) tiene gran importancia dentro del contexto local debido a que la mayoría de ciudadanos, tanto nativos como extranjeros esperan bajo los mismos derechos un desarrollo armónico incluyente, esto conduce a una localidad multicultural.

Adálber Gaona (2013) presidente parroquial, periodo 2009- 2014 asegura que el 80% de la economía del sector, desde hace 30 años, la dinamizan los visitantes. Esto significa que el turismo es una de las actividades productivas para promover el desarrollo, mismo que promueve a la vez el cumplimiento del tan mencionado Buen Vivir; se entiende que una organización eficaz, en cuanto al campo turístico promovería la dinamización de la economía de la parroquia de Vilcabamba.

El Plan Nacional del Buen Vivir (2009) afirma que: "El Buen Vivir es una apuesta de cambio que se construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar la necesidad de una visión más amplia, la cual supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo, que permita la aplicación de un nuevo modelo económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva un modelo económico incluyente".

El GADPV tiene a su responsabilidad priorizar las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus barrios urbanos y rurales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de los habitantes. Este se encuentra conformado por:

Zonas Urbanas: San Francisco, Santo Domingo, Las Palmas, Eterna Juventud, Barrio Central, Los Huilcos.

Zonas Rurales: Yamburara Bajo, Yamburara Alto, San José, Mollepamba, Izhcayluma Alto, Izhcayluma Bajo (Barrio Cuba), Cucanamá Alto, Cucanamá Bajo, Linderos, Santorum, Moyococha, Solanda y Tumianuma.

Los extranjeros nacionalizados y residentes, poseen un barrio denominado Barrio 19, hay que mencionar que aún no es aceptado dentro de los lineamientos de la institución, pero es reconocido por los presidentes barriales (Comité Multicultural Vilcabamba 2012, p.2).

El GADPV (2012) expresa que: "La parroquia Vilcabamba será un lugar próspero y productivo, socialmente responsable entre su relación hombre y medio ambiente, con una infraestructura integral acorde a las necesidades del pueblo, gente con oportunidades de trabajo, vivienda y salud, educación de calidad. Un pueblo turístico sano, con su población consciente, integrada, fuerte e inquebrantable, defensores de su tierra y su identidad cultural. Contará con fuentes hídricas limpias, sanas y cristalinas, con sus campos verdes, productivos, sin contaminantes; sus niños jugando alegres y con un medioambiente saludable". Para el cumplimiento de lo mencionado cuenta con las siguientes comisiones:

- Comisión de Asuntos Sociales, Deporte y Culturales
- Comisión de Obras Públicas y Vialidad,
- Comisión de Inversión y Medio Ambiente.
- Comisión de Turismo y Equidad de Género

Es importante señalar que el Gobierno Parroquial, dentro de su organización no presenta una comisión técnica encargada o interesada, específicamente, de la comunicación en la institución, misma que promueva el mejoramiento de la imagen institucional y la difusión de su trabajo mediante competencias y la divulgación de la participación

ciudadana hacia los pobladores para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas de acuerdo con la Constitución y la Ley.

Situación actual del Problema

Con la aplicación de la participación de la ciudadanía en la nueva Carta Magna, se toma al ciudadano no como el que promueve democracia a través de las urnas, sino como un elemento principal o una parte de poder del Estado que vela por el cumplimiento del desarrollo y el buen funcionamiento de las entidades públicas, en este caso los habitantes de la parroquia de Vilcabamba en el mejor desempeño del GADPV.

El Artículo 1 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece: "La Soberanía radica en el Pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa". Además debemos resaltar también que la participación es un derecho garantizado en el Artículo 61 de la Constitución: "Las ecuatorianas y ecuatorianos gozan de lo siguientes derechos: Participar de los asuntos de interés público".

Lo mencionado prioriza que la voz del ciudadano es tan importante como la del mandante elegido democráticamente porque es quien vela por el cumplimento de lo laboral del GADPV. Además impulsa y obliga a quienes son elegidos como representantes cumplir lo que manifiesta el Artículo 100 de la Constitución: "En todos los niveles de gobierno habrán instancias de participación conformadas por autoridades electas, representantes del gobierno y ciudadanía para: Promover la Participación Ciudadana y la Comunicación.

Las Instituciones y Leyes encargadas de hacer realidad la participación ciudadana, a nivel de Ecuador y con ello del cantón Loja son:

Entidades Estatales:

- Asamblea Nacional Intercultural para el buen vivir,
- Consejos Ciudadanos Sectoriales,
- Asambleas Locales,
- Presupuesto participativo.

Leyes estipuladas:

- Ley Orgánica del Consejo de Participación Ciudadana y Control social CPCCS,
- Ley de Seguridad Pública,
- Ley Orgánica de Empresas Públicas,
- Ley Orgánica de Participación Ciudadana,
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización,
- Código de Planificación y Finanzas Públicas y
- Ley de Orgánica de Comunicación

Todo este amplio proceso amerita aplicar la comunicación institucional como herramienta fundamental en el GADPV para poder crear canales de comunicación eficaces, en un lenguaje entendible en la comunidad multicultural lo que permitirá entender el proceso de participación para el desarrollo, en un mismo idioma y cumplir con lo que requieren las instituciones en el cumplimiento de la ley vigente.

Es respaldado también por la Ley de Transparencia y derecho a la Información que hace uso y aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 en lo que tiene que ver con la libertad de expresión y la facultad de informar y estar informado.

La aplicación de la Comunicación Institucional en el GADPV es tan importante porque permite conjugar objetivos y logros, pero requiere ciertas exigencias, es decir, todos sus públicos deben conocer la cultura de la comunicación organizacional con el fin de promoverla y vivirla y cumplir los objetivos planteados. Para lograr esto, es importante tener en cuenta factores como: el líder o presidente parroquial debe estar al tanto de todos los procesos de su organización, comunicación cara a cara entre los distintos niveles, información sobre los cambios y decisiones de la entidad, diseño de un plan de comunicación para transmitir la información y hacer que esta fluya como debe ser. La comunicación organizacional es parte de la idea de fortalecer y desarrollar la institución para lograr un desarrollo armónico y participativo en su territorio.

Aquí, hacemos un énfasis e interrogamos: ¿El Gobierno Parroquial de Vilcabamba promueve la comunicación basada en la participación ciudadana para un desarrollo armónico? Esto nos conduce a exteriorizar que existe la Ley y el sistema, pero ¿qué tan efectiva es su comunicación institucional para informar, difundir, concientizar, educar y hacer participar a la ciudadanía de su poder, dentro de las funciones y competencias parroquiales?

En el caso del GADPV, podemos mencionar que se han efectuado intenciones de aplicar la Comunicación Institucional, pero no como un todo, sino que sólo se reflejan en casos específicos como la Rendición de Cuentas, quedando el proceso a medias,

porque se simplifica a herramientas comunicacionales sueltas que no presentan un fin, por ello se sospecha que la comunicación organizacional empleada hasta ahora provoca una serie de inconvenientes, no sólo institucionales sino de cumplimiento de deberes y la difusión de los derechos para los ciudadanos.

Delimitación del Problema

Considerando que la Parroquia de Vilcabamba es un lugar de extensión considerable e importancia en el cantón Loja, por ser reconocido a nivel mundial, la presente investigación se dedicará única y exclusivamente al: Análisis de Comunicación Institucional del Gobierno Parroquial, por ser la entidad encargada de representar, y su relación con el desarrollo de los pueblos, según la Ley de Participación Ciudadana recogida en el Plan del Buen Vivir. Estudio durante el periodo Septiembre 2013 – Diciembre 2015". Motivo para plantear las siguientes incógnitas que se las dilucidará en el transcurso de la investigación.

- ¿Los derechos de los ciudadanos, estipulados por la Ley de Participación ciudadana y los servicios que presta el GADPV se ven vulnerados por la ausencia de la comunicación institucional, técnicamente concebida?

- ¿Autoridades del GADPV presentan desinterés en la aplicación de acciones estratégicas, en el campo de la comunicación institucional?

- ¿Un correcto Sistema Comunicacional, contribuye a que los habitantes participen voluntariamente de las actividades promovidas y toma de decisiones del GADPV, establecidas y respaldadas por la Ley de Participación Ciudadana?

Ante lo expuesto podemos deducir la siguiente problemática:

“Los servicios y competencias que presta el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba y las acciones que estipula la Ley de Participación Ciudadana para la población pueden ser quebrantados por la ausencia de planificación de la comunicación institucional, técnicamente concebida en la entidad”.

c. JUSTIFICACIÓN

En lo legal

Las divisiones territoriales, sean provincias, cantones y parroquias, que en general forman al Ecuador, son aventajadas porque con las diferentes reformas de ley que se han suscitado en estos últimos años logran constituir un sistema legal que apunta y toma al ciudadano y el respeto a la naturaleza, como los elementos fundamentales para el desarrollo. Esto nos induce a una vida en armonía, que pretende la convivencia humanamente posible del ser humano con su entorno, porque es recíproca y equitativa, en resumen, sustentable.

Para justificar es importante tomar como fundamento legal lo que establece la reciente Constitución del Ecuador (2008) en su Capítulo Sexto, Derechos de libertad, Artículo 66, Mencionado 2: "El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios".

El Plan del Buen Vivir direcciona a una nueva forma de convivencia, en diversidad y armonía con la naturaleza, estipulado también en el Artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) mismo que reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir (Sumak Kawsay).

A su uso, es afianzada y respaldada por el Artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), según el cual: “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud, el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica”.

Por ello, el tema investigativo a ejecución desea mediante la comunicación institucional promover y fortalecer la imagen e identidad del GADPV y el poder ciudadano para la toma de decisiones, alternativas que conducen a delinear de mejor forma el potencial de la parroquia, para dinamizar la economía del sector, en bien de aportar al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

En lo social

La presente investigación se amerita por la importancia que posee la comunicación para el buen funcionamiento de las sociedades humanas porque consiente la reciprocidad de mensajes entre las personas, logrando generar entendimiento y desarrollo en todas las acciones que se desenvuelven en el entorno. Además proporciona una solución comunicacional que promueve y fortalece el desarrollo local, logrando el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes; haciendo hincapié en la práctica del Buen Vivir - Sumak Kawsay.

En lo académico

Al terminar los diferentes módulos estipulados en la Carrera de Comunicación Social, el estudiante se encuentra en la capacidad y responsabilidad de investigar e indagar de una manera profunda los diferentes problemas sociales que ocurren en la comunidad, para

de esta manera tratar de contribuir a la solución de los mismos, basándose en el método de enseñanza - aprendizaje SAMOT, de la Universidad Nacional de Loja, que le permite participar de una forma activa y vincularse a la comunidad. El proyecto también se rige por las Líneas de Investigación que presenta la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, en la "Línea matriz V", con el programa "I: Ética, comunicación y desarrollo humano".

d. OBJETIVOS

General

- Lograr que el GADPV potencialice la comunicación institucional como herramienta que promueva la participación ciudadana para el funcionamiento democrático, transparente y armónico, ciudadano-institución y viceversa.

Específicos

- Conocer la relación comunicacional que existe entre el GADPV y sus públicos.

- Diagnosticar el nivel de impacto de las estrategias comunicacionales que actualmente emplea el GADPV, mediante la aplicación de técnicas de recolección de información, para la determinación precisa de las fortalezas y falencias relacionadas con la comunicación institucional.

- Establecer cómo se percibe la imagen del GADPV por parte de los habitantes de los barrios.

- Investigar los aspectos teóricos relacionados con los procesos que deben desarrollarse, a través de la aplicación de métodos teóricos, empíricos y técnicas de recolección de información, para la sustentación técnica y científica de la propuesta alternativa.

- Elaborar un plan de comunicación organizacional para el GADPV, mediante el análisis, interpretación de la información y aplicación de conocimientos obtenidos durante el proceso investigativo, con el fin de potenciar un vínculo ciudadano-institución, a través de la participación ciudadana que confluya en el desarrollo socio-económico del sector.

e. MARCO TEÓRICO

Marco Teórico Conceptual

Comunicación

El comunicar es un proceso tan humano como animal, es la herramienta oral, escrita, mímica, etc., que permite ser emisor y receptor a la vez, logrando entender sentimientos, pensamientos, emociones o lo que se desee comunicar.

Esta rama es un amplio campo de estudio, porque con el paso de los años y la aplicación de nuevas tecnologías se han generado diversos fenómenos que necesitan ser entendidos. Hay que resaltar que siempre el proceso comunicativo para su ejecución se basará en un sistema básico, estipulado de la siguiente manera: emisor-mensaje-receptor-código-canal.

Emisor: El emisor es la fuente de dónde inicia el mensaje. Puede ser persona, entidad, medio de comunicación, etc. Se encarga de generar la comunicación en un mismo código y transmitirla.

Mensaje: Es la intención expresada en información difundida por el emisor. Esta puede ser real como abstracta.

Receptor: Es quien recibe y decodifica el mensaje. Puede ser tanto individual como grupal.

Código: Es el todo lo relacionado con signos, normas y reglas que sistematizan la comunicación. Es importante que tanto el emisor o receptor siempre empleen y usen un mismo código para que haya entendimiento.

Canal: Es la forma física que se emplea para poder emitir el mensaje. El canal es el papel, el aire, o los medios por donde circula el mensaje.

Estudios de la Comunicación la definen como:

Para María del Socorro Fonseca, (Fonseca, 2000, p. 4), comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes".

Según Stanton, Etzel y Walker (Stanton, 2007, p. 511), la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte".

Para Lamb, Hair y McDaniel (Lamb, 2006, p. 484), la comunicación es "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos".

Bajo todos estos manifiestos podemos decir que la comunicación es una herramienta inherente al hombre, misma que posee una importancia exclusiva, porque es la herramienta para agilizar y el movimiento de las sociedades.

Planificación de la Comunicación Institucional

Como se ha visto, la comunicación institucional, como cualquier otro proceso de gestión, necesita de la racionalización de las operaciones que se pretenden llevar a cabo, a lo que se denomina planificación.

Un elemento que puede anteceder a la planificación es la definición de al menos algunos mínimos delineamientos de política institucional en relación a la comunicación de las empresas. Esta política debe ofrecer el marco referencial dentro del cual se desarrollará la gestión comunicativa y está en concordancia con la visión y misión, los valores, la identidad y la cultura organizacional.

El diseño participativo de un plan estratégico de comunicación resulta clave, ya que es un proceso que servirá para delinear los propósitos y lograr los objetivos deseados por la organización. El tiempo que demanda la planificación puede estar determinado: a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo a las necesidades propuestas. Esto dependerá de la elección de las estrategias más adecuadas para lograr los objetivos.

La planificación varía en su naturaleza de acuerdo a lo que se pretende proyectar, sin embargo, hay algunos aspectos que pueden ser considerados y algunos pasos básicos que se deben seguir. Algunas sugerencias para tener en cuenta en el momento de elaborar un plan estratégico son:

- Recolectar y revisar de forma general los documentos, donde se recoge una visión global de lo que el plan de comunicación pretende alcanzar, la necesidad

a la que responde y el efecto que tendrá en la organización. Todo esto compone un resumen ejecutivo.

- Proceso de comunicación: el plan debe describir el proceso de la comunicación para explicar a los directivos y personas claves su utilidad y los efectos positivos de aplicarlos y ayudarles a ser mejores comunicadores.

- Establecimiento de la misión, visión y valores que guían el plan de la organización.

- Análisis de la situación: principales cuestiones y hechos que tendrá que abordar el plan.

- Determinación del posicionamiento de la organización.

- Declaración del principal mensaje del plan.

- Investigación, descripción y localización de públicos y audiencias estratégicos según orden de importancia, con quienes se debería desarrollar y mantener una buena relación.

- Identificación del mensaje con la audiencia: elaboración de un mensaje breve que se quiere que sea entendido por cada audiencia clave.

- Implementación: puesta en marcha del plan teniendo en cuenta temas claves como:

- Objetivos: públicos a los que se dirige, mensajes que deben transmitirse, medios de comunicación, tiempo, presupuesto, expectativas, evaluación y seguimiento;

- Control y actualización de la imagen;

- Supervisión y coordinación de todas las comunicaciones en su faceta institucional;

- Organización de actos (reuniones de coordinación de equipo, ruedas de prensa, etc.) y apoyo a la dirección general (entrevistas, presentaciones).

Mediante una buena planificación se garantiza la secuencia lógica de las siguientes etapas, por una parte el engranaje de los recursos que ofrece la organización, y por otra la toma y decisiones oportunas y asertivas.

En cambio, ante la ausencia de planificación, se genera el hecho de que no se dé la difusión de los servicios que presta la institución; y también provoca que los empleados desconozcan la historia de la empresa en la que laboran.

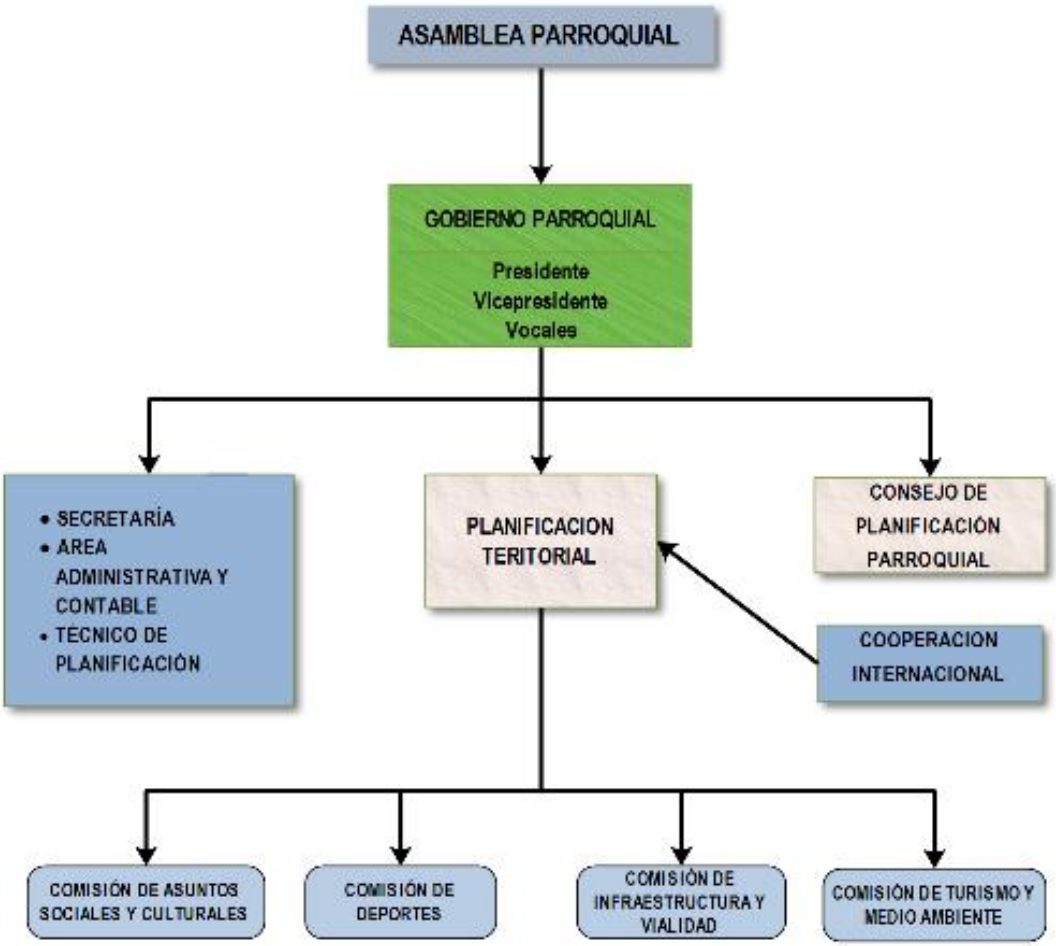
Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba

Según la ley, la Junta Parroquial o GADPV es la entidad encargada de velar, vigilar y promover el desarrollo.

"El Gobierno Parroquial de Vilcabamba propende al desarrollo armónico de sus comunidades a través de un gobierno democrático, participativo, con respeto, equidad y basados en la justicia social, garantizando la conformación de una parroquia unida y organizada, con un desarrollo integral y competitivo con una población capacitada y potenciada en sus actividades turísticas, artísticas, artesanales, agrícolas y empresariales a través del comercio asociativo" (GADPV, 2012, p. 171).

Actualmente presenta la siguiente estructura:

Gráfico Nº 01. Estructura del Gobierno Parroquial de Vilcabamba.



De acuerdo al periodo de la presente investigación, el GADPV está conformado actualmente como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla Nº 01. Miembros del GADPV

Nombres y apellidos	Cargo	Comisión
Abogado Diego Guerrero	Presidente	
Licenciado Adálber Gaona	Vicepresidente	Asuntos Sociales, Deportes y Culturales
Ingeniero Klever Ruilova	Primer Vocal	Obras Públicas y Vialidad
Ingeniero Jaime Santín	Segundo Vocal	Inversión y Medio Ambiente
Señorita Karla León	Tercer Vocal	Comisión de Turismo y Equidad de Género

El Gobierno Parroquial presenta una Comisión de Turismo y Medio Ambiente, mediante la cual han desplegado actividades concernientes a la realización de las fiestas tradicionales, pero, al parecer, aún la comunicación de la institución parece quedar relegada de la planificación.

El turismo es una actividad y una industria para mejorar la economía del sector, pero debe ser gestionado adecuadamente, es decir, usar la comunicación organizacional para difundir y llevar de mejor forma la organización, con el objetivo de ser un buen anfitrión con los visitantes.

Hablar de organización es analizar la estructura que presenta la entidad encargada de promover el desarrollo. Esta institución presenta una visión:

"En el 2014, la parroquia Vilcabamba será un lugar próspero y productivo, socialmente responsable entre su relación hombre y medio ambiente, con una infraestructura integral acorde a las necesidades del pueblo, gente con oportunidades de trabajo, vivienda y salud, educación de calidad. Un pueblo turístico sano, con su población consciente, integrada, fuerte e inquebrantable, defensores de su tierra y su identidad cultural. Contará con fuentes hídricas limpias, sanas y cristalinas, con sus campos verdes, productivos, sin contaminantes; sus niños jugando alegres y con un medio ambiente saludable" (GADV, 2012, p. 171).

Funciones del Gobierno Parroquial Vilcabamba

Para el cumplimiento de las disposiciones legales establecidas en la Constitución Política y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD, 2011, p. 47), el GADPV, tiene las siguientes funciones:

- Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.

- Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.

- Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial.

- Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; en el ordenamiento territorial y las políticas públicas, ejecutar las acciones de ámbito de parroquia que se deriven de su competencia, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de metas establecidas.

- Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la Ley.

- Ejercer las demás competencias y atribuciones establecidas en el COOTAD.

- Cumplir y hacer cumplir la constitución, leyes, acuerdos, ordenanzas y resoluciones de la Asamblea Parroquial y del Gobierno Parroquial dentro de su circunscripción territorial.

- Representar legal, judicial y extrajudicialmente al GADPV.

- Convocar, instalar, presidir, suspender y clausurar las sesiones ordinarias o extraordinarias del GADPV y la Asamblea Parroquial.

- Elaborar el orden del día y suscribir las actas de las sesiones conjuntamente con el secretario-tesorero del GADPV.

- Conceder las licencias a los demás miembros del GADPV hasta por treinta días al año.

- Las demás que determine el COOTAD.

Competencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba

De acuerdo al COOTAD, 2011 (Art. 65), las competencias del nivel de Gobierno Base son:

- Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.

- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.

- Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.

- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

- Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.

- Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos. En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, emitirá acuerdos y resoluciones.

Desarrollo de los Pueblos

El vocablo desarrollo ha sido y es utilizado actualmente no solo en procesos políticos o económicos sino por países de América Latina, como en el caso particular de Ecuador, quien le da un uso frecuente porque apunta hacia ese objetivo, conocido como el Buen Vivir o Sumak Kawsay.

Para el diccionario de la Real Academia de la Lengua la palabra desarrollo es la evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida, lo que nos da a entender que cada ser humano necesita lograr una estabilidad de vida, basada en el disfrute pleno, gozando de sus derechos y participando de sus deberes.

En el Ecuador el Desarrollo de los Pueblos es entendido, según el Ministerio de Coordinación de la Política (2011, p.4), como la priorización de las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el buen vivir y mejorar el bienestar de la población e impulsar el progreso territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios.

En lenguaje político y económico, el concepto de desarrollo implica las siguientes características: "a) Elevada capacidad productiva por una compleja estructura de producción industrial, competitiva y rápida en la readecuación de su producción; b) Elevados niveles de ingreso y consumo per cápita y bienestar social extendido a la mayor parte de los sectores sociales; c) Grado de utilización (y eficiencia en el uso) de las llamadas modernas tecnologías de producción disponible; d) Elevado nivel de la población económicamente activa" (Gómez, 1996, p.5).

Bajo estos enunciados podemos concluir que el desarrollo se entiende como un crecimiento hacia el mejoramiento del nivel de vida, o bienestar de los seres humanos. A partir de estas características surge la clasificación muy conocida por la cual existen países desarrollados y otros que serían subdesarrollados, es decir, aquellos que no cumplen con todas las características del desarrollo, entre los cuales se encuentra Ecuador.

La conceptualización del desarrollo se ha ido modificando dependiendo de las variables históricas, culturales y políticas; así, se hablaba de "desarrollo puro, luego se añadió la necesidad de la equidad social y finalmente se ha incorporado como requisito del desarrollo la sustentabilidad ambiental" (Rebolledo, 1996, p.44).

Ley de Participación Ciudadana

Ecuador ha iniciado un moderno proceso político gracias a la implementación de un nuevo poder del Estado, nos referimos a la participación ciudadana respaldada por la actual constitución y sus leyes vinculadas. Esto se da gracias a varios actores sociales presentes en estos últimos años.

La participación es fundamentada y delineada por la Nueva Constitución Política del Estado (2008), la Ley Orgánica del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (LOCPC); y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

Al referirnos a la participación ciudadana la entendemos como el énfasis sobre la soberanía popular y el ejercicio de la misma con formas representativas y participativas

que toma a la persona o grupo para consulta, iniciativa, revocatoria y fiscalización con mecanismos de reclamo, proposición y vigilancia.

En nuestro país la democracia participativa tiene importancia porque está pensada en el apoyo a la generación de políticas públicas y un control de la administración pública, por ello es que se busca la promoción de las organizaciones sociales.

En resumen, la Participación Ciudadana se toma como un poder más del estado, misma que contribuye a la transparencia de los fondos públicos y el eficiente desempeño de las instituciones públicas y líderes.

"La Participación Ciudadana es un derecho cuya titularidad y ejercicio correspondiente de la ciudadanía. El ejercicio de este derecho será respetado, promovido, y facilitado por todos los órganos del Estado de manera obligatoria, con el fin de garantizar la elaboración y adopción compartida de decisiones" (Ministerio Coordinador de la Política, 2011, p.4).

El Nuevo Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Vilcabamba

Luego del cierre de campaña, el domingo 23 de febrero de 2014, los diferentes candidatos a Vocales del Gobierno Parroquial de Vilcabamba de los partidos Movimiento Alianza País, Alianza Camino al Progreso, Alianza Unidos por Loja Sumamos, Movimiento Acción Regional por la Equidad y Movimiento Alianza Popular Latinoamericana se aprestaron a celebrar los comicios. El proceso electoral se da en el Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, el cual es recinto electoral de dicha zona, del año 2014, en el horario de 7:00 a.m. a 9:00 p.m. aproximadamente. El número de votantes

según el Consejo Nacional Electoral (CNE, 2014) es de 4.532, distribuidos en 16 Juntas.

Luego del proceso de conteo general por parte del CNE dan como resultado el nuevo y flamante directorio del nuevo Gobierno Parroquial de Vilcabamba que se conforma de la siguiente manera:

1.- Diego Guerrero, vocal principal primero

2.- Adálber Gaona, vocal principal segundo

3.- Klever Ruilova, vocal principal tercero

4.- Jaime Santín, vocal principal cuarto

5.- Karla León, vocal principal quinto

La nómina anterior, con sus respectivos suplentes son los nuevos integrantes, tienen la responsabilidad del buen funcionamiento de la parroquia Vilcabamba, durante un periodo de cuatro años. El posicionamiento protocolario se lo hizo el 12 de mayo del 2014.

Marco Teórico Contextual

Comunicación en Vilcabamba

Vilcabamba está ubicada al suroriente del cantón y provincia de Loja en el Ecuador, es una de las parroquias más importantes, por la fama mundial que posee, con ello cada año, según Adálber Gaona (2013), anterior presidente parroquial, una media de 13.000 turistas se dan cita para conocer y aprovechar sus bondades tanto naturales como culturales.

Gracias al turismo promovido por sus habitantes, tanto nacionales como extranjeros, y su clima, esta zona ha logrado un desarrollo único a nivel de la provincia de Loja, incluso, superior a un cantón. Porque si nos referimos a la infraestructura cuenta con la mayoría de servicios públicos y privados que mejoran la estadía y la calidad de vida de sus habitantes.

Al mencionar esto, hay que subrayar que es un pueblo aventajado comunicacionalmente. Es decir, posee ya la presencia de algunas de las tecnologías masivas de la comunicación, tal es el caso de la televisión, la radio, la prensa, internet, el teléfono, el celular, etc. Esto logra el mejor desenvolvimiento de la sociedad multicultural existente en la zona.

La comunicación es la herramienta indispensable para el desarrollo de los pueblos, por cuento nos permite emitir y recibir cada uno de los pensamientos y sentimientos con quienes convivimos, generando un entorno de cordialidad hacia fines específicos.

Gracias a la llegada de los medios de comunicación masivos, así como por las formas de expresión de los habitantes y los turistas, la comunidad de Vilcabamba ha tomado conciencia sobre la importancia de comunicar y el estar comunicados, porque permite estar al tanto de las novedades locales, nacionales e internacionales. Esto logra generar un cambio cultural, que induce a la comunicación como elemento principal del buen hacer.

Vilcabamba cuenta con medios masivos de carácter local: Radio Vilcabamba Stereo, Vicos TV, televisión por Cable, News Letter y periódicos digitales. Aunque la implementación de estos canales de comunicación logra dar un mejor estado comunicativo en la parroquia, este tema es cuestionable puesto que la calidad y el acabado de los productos comunicacionales podríamos decir que no llega a un índice de excelencia.

La comunicación en Vilcabamba no solo se relaciona a los medios de comunicación sino a las herramientas que logran aquello como es la internet, líneas telefónicas, líneas de celular y otras tecnologías.

Gracias a esto podemos decir que la parroquia de Vilcabamba es aventajada porque cuenta tanto con medios y herramientas que le permiten a sus moradores y visitantes estar al tanto y emitir mensajes, logrando el mejor desenvolvimiento de la zona. Solo resta decir que un pueblo comunicado es un pueblo que se inicia en el proceso de un cambio cultural con fines de desarrollo.

Comunicación Institucional en Vilcabamba

La comunicación es muy importante para el ser humano, porque le permite comunicar todos sus pensamientos, intenciones, emociones y acciones. Estudiosos de

esté proceso afirman que es un profundo campo de estudio, no solo para la parte humana, sino también para las organizaciones.

(Ribeiro,1992, p. 5) ha definido la comunicación como: “Una ciencia, un arte que influye en otros y hasta en uno mismo, hecho que se produce no sólo a través de la palabra, sino también por el tono de voz y la expresión corporal”.

La comunicación es fundamental para la armonía de las sociedades humanas, porque permite el intercambio de información permitiendo el entendimiento y el progreso de las acciones en las cuales se la emplea.

Todas las especialidades de la comunicación poseen una importancia, en especial, la comunicación en la organización, denominada: Relaciones Públicas o Comunicación Organizacional o Institucional; ésta comprende todas las formas de comunicación técnica, para mantener a sus públicos en armonía.

“La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una compleja organización. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización o externo” (Empresa Galeón, 2013, p. 4).

Esta rama comunicacional en cualesquiera que fuese la organización permite conjugar objetivos y logros, pero requiere ciertas exigencias, es decir, todos sus públicos deben conocer la cultura de la comunicación organizacional con el fin de promoverla y vivirla y cumplir los objetivos planteados.

La comunicación organizacional es parte de la idea de fortalecer y desarrollar la institución para lograr un desarrollo armónico en su territorio. En la actualidad, tanto

organizaciones públicas como privadas a nivel de la provincia y cantón de Loja, apuestan en su mayoría por esta tipología comunicativa para lograr sus fines o competencias y con ello lograr un progreso integral.

En el cantón Loja, las empresas privadas son quienes hacen uso de la comunicación institucional, en lo que respecta a lo público sólo se centra en lo que es ministerios, Gobernación, Municipalidad, etc. Los Gobiernos Parroquiales poseen una entidad asesora, pero es cuestionable su labor debido a la extensión del territorio lojano**.**

Al reflexionar sobre el empleo de la comunicación a nivel de parroquias del cantón, bien se puede tomar como caso a la parroquia de Vilcabamba, por ser un lugar de fama mundial, que de una u otra manera se ven en la obligación de usar esta tipología comunicativa para poder potencializar la participación de la ciudadanía y con ello potenciar el turismo, actividad productiva, reconocida como la opción para dinamizar la economía del sector en un desarrollo armónico.

Cuando mencionamos desarrollo armónico, hablamos de organización y comunicación, en la cual ésta se convierte en una herramienta principal, porque aporta procesos en un mismo lenguaje para aplicar estrategias que conduzcan a un objetivo.

El GADPV es la entidad de velar por y dar cumplimiento a lo antes mencionado, ya que tanto sus competencias lo exigen, según la Constitución de la República del Ecuador, mediante el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), fundado por el gobierno actual.

Al ser la entidad encargada, y por la fama del lugar, debería poseer un plan de comunicación o alguna estrategia comunicativa que delinee objetivos claros. Ante

información inexistente, hemos realizado una observación previa para poder diagnosticar aspectos generales relacionados con la comunicación.

Tabla Nº 02". Ficha de observación Comunicación Institucional GADPV, período 2006 - 2014.

FICHA DE OBSERVACIÓN ÁREA COMUNICACIÓN OGANIZACIONAL				
NOMBRE: **Gobierno Parroquial de Vilcabamba** FECHA: **Jueves 27 de febrero de 2014** Representante: **Lic. Adálber Gaona** Cantón: **Loja** Provincia: **Loja** Parroquia**: Vilcabamba**				
Actividad	**Sí**	**No**	**A veces**	**Observación**
Sus funcionarios conocen sobre la comunicación organizacional		x		Falta de interés y desconocimiento
Poseen un plan de comunicación organizacional		x		No hay quien lo aplique y realice
Manejan un manual de identidad visual		x		Poseen un logo
Poseen asesoramiento de comunicación organizacional	x			Asociación de Gobiernos Parroquiales de Loja (ASOGOPAL) son los que ayudan a la comunicación
Su manejo de comunicación interna es eficiente		x		Lo hacen a través de: reuniones no frecuentes y

				de boca a boca
Su manejo de comunicación externa es eficiente		x		Lo hacen a través de: celular, teléfono, oficios, email, web, dípticos, radio
Poseen alguna estrategia comunicativa para fortalecer el turismo	x			Video promocional.
La entidad y los sectores turísticos cuentan con señalética		x		Solo están las señales de tránsito
Hay material promocional que difunda sobre los lugares turísticos de la zona	x			Un mapa elaborado por ellos y un documento del municipio de Loja
Se hace algo comunicacionalmente para mejorar el turismo	x			Fiestas y ferias libres
Tienen un informe de labores del trabajo desplegado	x			Rendición de cuentas, al finalizar cada año, se hace una revista y un acto solemne
Poseen comunicación con las comunidades que conforman la parroquia	x			Citas, reuniones y vía celular con los representantes

Tabla Nº 03". Ficha de observación Comunicación Institucional GADPV, período 2014 - 2017.

FICHA DE OBSERVACIÓN ÁREA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
NOMBRE: **Gobierno Parroquial de Vilcabamba** FECHA: **Viernes 5 de diciembre de 2014** Representante: **Abogado Diego Guerrero** Cantón: **Loja** Provincia: **Loja** Parroquia**: Vilcabamba**				
Actividad	**Sí**	**No**	**A veces**	**Observación**
Sus funcionarios conocen sobre la comunicación organizacional		x		Falta de interés y desconocimiento
Poseen un plan de comunicación organizacional		x		No poseen
Manejan un manual de identidad visual		x		Cuentan con un logo pero es para la promoción turística
Tienen asesoramiento de comunicación organizacional	x			Solo con los trabajos de comunicación realizados, pero no es frecuente.
Su manejo de comunicación interna es eficiente		x		Lo hacen a través de: reuniones, oficios, memorándums, email.
Su manejo de comunicación externa es eficiente		x		Lo hacen a través de: celular, teléfono, oficios, e-mail y redes sociales.
Poseen alguna estrategia comunicativa para fortalecer el turismo	x			La creación y promoción del logo turístico.

La entidad y los sectores turísticos cuentan con señalética		x		Solo están las señales de tránsito
Hay material promocional que difunda los lugares turísticos de la zona	x			Ninguno.
Se hace algo comunicacionalmente para mejorar el turismo	x			Fiestas.
Tienen un informe de labores del trabajo desplegado	x			Ninguno.
Poseen comunicación con las comunidades que conforman la parroquia	x			Reuniones no frecuentes.

Planteamiento de Hipótesis

La inexistencia de un departamento que promueva la comunicación institucional, técnicamente concebida, dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba, obstaculiza la aplicación de la ley de Participación Ciudadana y el fortalecimiento de la identidad e imagen de la institución.

f. METODOLOGÍA

Para desarrollar la presente investigación se empleará una serie de procedimientos básicos y métodos de recopilación, análisis e interpretación de la información que contribuirán a una adecuada planificación en todas las fases del trabajo para su buen desarrollo. La investigación se desplegará en la parroquia de Vilcabamba del cantón Loja, Ecuador. Ostenta el carácter de analítica, interpretativa y aplicada.

Método Científico

Este procedimiento es el fundamento trascendental de la investigación porque a través de sus elementos lógicos y razonables se propondrá alternativas factibles referentes al objeto de estudio.

Con su ejecución se conseguirá recopilar antecedentes relacionados con el objeto de estudio, es decir, el manejo de la comunicación institucional del GADPV que servirán de fundamento para el planteamiento del problema, determinar objetivos, comprobar o desaprobar la hipótesis y la propuesta.

Método Analítico

Se lo empleará para analizar todos los detalles, comportamientos y características que se presentan en el GADPV.

Método Sintético

Este proceso mediante el cual se relaciona hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos, se lo empleará para identificar la importancia de la comunicación institucional del GADPV.

Método Estadístico

Permitirá ordenar, procesar e interpretar la información recopilada en el campo; este método facilitará tabular los resultados obtenidos en las encuestas para su posterior descripción e interpretación.

Durante el progreso de la investigación utilizaremos varias herramientas técnicas de investigación que nos servirán para extraer datos, mismos que los detallaremos seguidamente.

Técnicas, procedimientos, herramientas utilizadas

Las técnicas proporcionan las normas precisas para ordenar las etapas de la investigación científica. A continuación se detallan las que se emplearán.

Fichaje

Este instrumento permitirá el procesamiento de la información, entre ellas todo lo relacionado al Quiénes Son del GADPV.

Encuesta

Este instrumento de medición nos facilitará obtener datos que clarifiquen la comprobación o desaprobación de la hipótesis. Ello lo obtendremos luego de aplicar un cuestionario de preguntas abiertas, cerradas y tipo cafetería, a un número de 95 personas, que es la muestra arrojada luego de aplicar la fórmula para públicos finitos; en este sentido, se tomó un universo de 5.557personas de la parroquia Vilcabamba, del cantón Loja. Las encuestas se aplicarán a personas de los barrios de la parroquia, ello bajo parámetros de edad, no menos de 15 años, hasta por encima de los 60 años.

Entrevista

Favorecerá el estar en contacto con los principales actores del tema a investigar, los presidentes parroquiales de los tres periodos anteriores y el actual. Cumplen un papel preponderante en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba, al ser los sujetos encargados de su correcto funcionamiento y eficacia, para obtener el desarrollo equitativo y participativo de la localidad. Como también, a los Vocales, Técnicos y Asistentes Administrativos que integran la institución.

Con toda esta metodología que encierra teoría y práctica, se avanzará en forma lógica y sistemática en el desarrollo de la investigación, con ello se tendrá mayor seguridad para plantear la alternativa de solución

Procesamiento de la Información

Los insumos recabados en el fichaje, encuestas, entrevistas y observación directa, serán compilados en soportes físicos y magnéticos a fin de ser sistematizados, tabulados e interpretados en el informe final de la investigación; consecuentemente, será el método científico el que oriente el trabajo de campo, mediante el apoyo de los programas informáticos (software) Excel, Word y Power Point.

Población y Muestra

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA ZONA SURORIENTAL DEL CANTÓN LOJA

Pf→ **Población final** n → **Número de años (9)** Pa→ **Población actual (4.778)** Tc → **Tasa de Crecimiento (1,7)**
Pf = Pa **(1 + Tc)9**
Pf = 4.778 **(1+ 0,017)9**
Pf = 4.778 **(1.163)**
Pf = 5.557

De un universo de 5.557 habitantes, la muestra para aplicar la ENCUESTA es de 98, resultado de la siguiente operación: {n= muestra, N=Universo, &=margen de error}.

$$n = \frac{5.557}{1 + (0.1)^2 (5.557)} = \frac{5.557}{1 + 0.01(5.557)} = \frac{5.557}{1 + 55.57} = 98$$

SECTOR INVESTIGADO	POBLACIÓN	MUESTRA	INSTRUMENTO

Elaboración del Informa Final

De acuerdo al Art. 151 del Reglamento de Régimen Académico de la UNL – 2009, "El informe de Tesis contendrá las siguientes partes: Titulo, Resumen en castellano y traducido al Inglés, Introducción; Revisión de literatura; Materiales y Métodos; Resultados; Discusión; Conclusiones; Recomendaciones; Bibliografía y Anexos". La propuesta Alternativa será parte del informe final, según el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja.

g. CRONOGRAMA

Actividades	Septiembre 2013	Abril 2014	Enero 2015	Febrero 2015	Marzo 2015	Abril 2015	Junio 2015	Julio 2015	Agosto 2015	Septiembre 2015	Octubre 2015	Noviembre 2015	Diciembre 2015
ELABORACIÓN DEL PROYECTO	X												
APROBACIÓN DEL PROYECTO		X											
NOMBRAMIENTO DEL DIRECTOR DE TESIS			X										
TRABAJO DE CAMPO				X	X	X							
ANÁLISIS Y RESULTADOS							X	X	X				
ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA										X			
INFORME FINAL											X		
EXPOSICIÓN DE TESIS												X	X

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Recursos Humanos

- Franklin Gustavo Santín, Investigador
- Población de la parroquia Vilcabamba, cantón Loja.
- Personal que trabaja en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba.
- Presidentes y comunidad de los barrios urbanos y rurales.

Recursos materiales

- Copias
- Internet
- Grabadora de voz
- Cámara fotográfica
- Flash Memory
- Libros académicos (bibliografía)
- Equipo de cómputo
- Filmadora
- Materiales de escritorio
- Programas de edición
- Libros

Recursos Técnicos

- Software
- Adobe Audition 1.5

- Adobe Ilustrador
- Adobe InDesign

Presupuesto

MATERIALES	VALOR
Textos	40,00
Computadora	1,300
Grabadora de voz	90,00
Cámara Nikon	3,000
Transporte y alimentación	300,00
Copias	100,00
Internet	100,00
Impresión	62,00
Materiales de escritorio	10,00
Imprevistos	40,00
TOTAL	**5,042**

Financiamiento

El coste total de la presente investigación será cubierto por: Franklin Gustavo Santín Picoita, egresado de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

i. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.

- Asamblea Nacional. (2008). *Ley de Transparencia y el derecho a la Información.* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de: http://informaciontransparente.wordpress.com/acerca-de/

- Asamblea Nacional. (2008). *Ley de Participación Ciudadana.* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de:http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org6.pdf

- Agencia ANDES. (2013). Extranjeros cambiaron la vida de Vilcabamba. *El Telégrafo.* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de : http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/extranjeros-cambiaron-la-vida-de-vilcabamba.html

- Comité Multicultural Vilcabamba. (2012). *Informe reunión presidentes barriales.*

- Fonseca Yerena, María del Socorro. (2000). *Pearson Educación: Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México. Primera Edición.

- Fotonostra. (2014).*¿Qué es la Comunicación?* Recuperado el 01 de septiembre de 2013, de: http://www.fotonostra.com/digital/comunica.htm

- Gobierno Parroquial de Vilcabamba. (2012) *¿Quiénes queremos ser?* Recuperado el 02 de septiembre de 2013, de:http://www.vilcabamba.gob.ec/institucion/mision-vision

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo Poblacional, sector Vilcabamba.* Recuperado el 03 de septiembre de 2013, de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec

- Lamb, Charles W.; Hair, Joseph y Mc Daniel, Carl(2006). *Marketing.* International Thomson Editores. OctavaEdición.

- Lourdes, Tiban. (2000). *El concepto del desarrollo sustentable y los pueblos indígenas.* Recuperado el 04 de septiembre de 2013, de:http://icci.nativeweb.org/boletin/18/tiban.html

- Ministerio de Coordinación de la Política. (2011). *Código Orgánico de Organización Territorial, y Autonomía y Descentralización* (Primera Edición).

- Plan Nacional del Buen Vivir. (2008). *El Buen Vivir en la Constitución del Ecuador.* Recuperado el 05 de septiembre de 2013, de:http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador

- Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. (2011). *La nueva participación ciudadana en Ecuador y Bolivia. ¿Resultados de la lucha del movimiento indígena- campesino?*Recuperado el 06 de septiembre de 2013, de:http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/MT_americalatina/ottocolpari.pdf

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013-2017). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional del Buen Vivir.* Recuperado el 06 de septiembre de 2013, de:http://plan.senplades.gob.ec/presentacion

- Stanton, William; Etzel, Michael y Walker, Bruce. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill Interamericana. Decimocuarta Edición.

ANEXO 2

Universidad Nacional de Loja
Área de la Educación, el Arte y la Comunicación
Carrera de Comunicación Social

Estimado Señor (a):

La presente investigación, está interesada en conocer sobre la Comunicación Institucional del Gobierno Parroquial Vilcabamba y su influencia en el desarrollo de la población. Sírvase a contestar las siguientes preguntas, estimamos que sus respuestas serán de mucha utilidad para nuestra investigación.

DATOS GENERALES:

Edad:

15 a 24 ( )
25 a 34 ( )
35 a 44 ( )
45 a 54 ( )
55 a 64 ( )
65 en adelante ( )

Sexo:

Femenino ( )
Masculino ( )

Ocupación:

Ama de Casa ( )
Trabajador Público ( )
Trabajador Privado ( )
Desempleado ( )

Otra ( )

DATOS ESPECÍFICOS:

1.- ¿Cómo considera usted la atención y el trabajo que presta el Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

Muy buena ( )
Buena ( )
Regular ( )
Mala ( )

¿Por qué?

……
……

2.- ¿Conoce usted las competencias y funciones legales, que le compete realizar al Gobierno Parroquia de Vilcabamba?

Sí ( ) No ( )

¿Por qué?

……
……
……

3.- El material promocional (chalecos, carpetas, hojas membretadas, tarjetas, cuñas) utilizado hasta el momento, ha sido útil para promocionar y mejorar la imagen del Gobierno Parroquial de Vilcabamba, según su opinión.

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

……
……
……

4.- ¿Cómo califica usted la comunicación existente entre el Gobierno Parroquial de Vilcabamba y la comunidad?

Muy buena ( ) Regular ( )

Buena ( ) Mala ( )

¿Por qué?

……
……
……

5.- A través de que medio se ha informado más de los servicios y proyectos del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

Radio ( ) Asambleas Parroquiales ( )

Oficios ( ) Reuniones Barriales ( )

Boca a boca ( ) La Misa ( )

Todas ( )

Otra_____

6.- ¿Cómo le gustaría que el Gobierno Parroquial de Vilcabamba le informe sobre sus funciones, competencias, proyectos y presupuesto para transparentar su proceso?

Vallas	( )	Asambleas Generales	( )
Radio	( )	Televisión	( )
Redes Sociales	( )	Medios Impresos	( )
Página Web	( )	Todas	( )

Otra_____

¿Por qué?

……
……
……

7.- ¿Considera usted, que la difusión permanente del trabajo del Gobierno Parroquial de Vilcabamba, permitiría mejorar su participación en las actividades promovidas y toma de decisiones?

Sí ( ) No ( )

¿Por qué?

……
……
……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

Universidad Nacional de Loja
Área de la Educación, el Arte y la Comunicación
Carrera de Comunicación Social

Estimado Señor (a):

La presente investigación, está interesada en conocer sobre la Comunicación Institucional del Gobierno Parroquial Vilcabamba y su influencia en el desarrollo de la población. Sírvase a contestar las siguientes preguntas, estimamos que sus respuestas serán de mucha utilidad para nuestra investigación.

1.- ¿Cómo concibe la comunicación institucional dentro del Gobierno Parroquial Vilcabamba?

2.- ¿Considera que la comunicación institucional se ha desarrollado adecuadamente en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

¿Qué estrategias comunicacionales aplicó durante su gestión para dar a conocer su labor?

3.- ¿Cómo califica la imagen del Gobierno Parroquial Vilcabamba durante su periodo y gestión?

4.- ¿De su conocimiento y experiencia, cree que es importante implementar un departamento de comunicación, para lograr el mejor desempeño del Gobierno Parroquial Vilcabamba?

5.- ¿Existe una partida presupuestaria para lograr implementar un departamento de comunicación en el Gobierno Parroquial Vilcabamba o la gestión de la comunicación?

6.- ¿Considera que la comunicación institucional, técnicamente concebida es primordial para fomentar la participación ciudadana como lo establece la ley?

7.- ¿Cuáles serían sus sugerencias comunicacionales, a razón de su experiencia para el Gobierno actual?

Anexo 4

Universidad Nacional de Loja
Área de la Educación, el Arte y la Comunicación
Carrera de Comunicación Social

Estimado Señor (a):

La presente investigación, está interesada en conocer sobre la Comunicación Institucional del Gobierno Parroquial Vilcabamba y su influencia en el desarrollo de la población. Sírvase a contestar las siguientes preguntas:

1.- ¿Cuál cree Usted que es el tipo de comunicación existente entre el Gobierno Parroquial de Vilcabamba y sus empleados?

2.- ¿Cómo califica Usted la comunicación interna del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

3.- ¿Qué medio emplea comúnmente para comunicarse con el personal que labora en el Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

4.- Cuando se debe tomar una decisión importante para el Gobierno Parroquial de Vilcabamba ¿Toman en cuentan la opinión del personal?

5.- ¿Cuál de las siguientes opciones es para Usted una necesidad inmediata del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

6.- ¿Considera que la implementación de una oficina de comunicación es primordial para el trabajo y la comunicación interna-externa del Gobierno Parroquial de Vilcabamba?

ACTA DE SOCIALIZACIÓN

Acta de Socialización de la propuesta: **"PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL VILCABAMBA (GADPV) DEL CANTÓN LOJA".**

En la ciudad de Loja, a los veinte días del mes de marzo de 2015, previo acuerdo entre el ***Abogado Diego Estuardo Guerrero Bermeo***, presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba, periodo 2014 – 2017 y el autor de la tesis ***Franklin Gustavo Santín Picoita***, nos reunimos en las oficinas de la institución con el propósito de socializar la propuesta, en base a los siguientes parámetros:

- Información de los resultados de la investigación realizada.
- Análisis de la propuesta y discernimientos para su mejora.
- Recomendaciones generales.

Una vez presentada la propuesta con todos sus lineamientos, en la que se establece un plan estratégico de comunicación para el Gobierno Parroquial de Vilcabamba y conocedores de las recomendaciones por parte de la autoridad parroquial, se da por terminada la socialización.

Por constancia de los escrito firma Diego Estuardo Guerrero Bermeo, presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba, periodo 2014 – 2017, en la que deja constancia que ha conocido la investigación que realizó el autor Franklin Gustavo Santín Picoita y se compromete en analizar lo referente a la creación de la propuesta planteada.

Abogado Diego Estuardo Guerrero Bermeo
Presidente del Gobierno Autónomo
Descentralizado Parroquial Vilcabamba

Franklin Gustavo Santín Picoita
AUTOR DE LA TESIS

Loja, 20 de marzo de 2015.

ÍNDICE

CONTENIDO

Carátula…….i

Certificación…….ii

Autoría……..…...iii

Carta de Autorización……..iv

Agradecimiento…….…v

Dedicatoria…….....….vi

Ámbito Geográfico de la Investigación…….....vii

Mapa Geográfico y Croquis……..viii

Esquema de tesis……..ix

A. TÍTULO……...…….....1

b. RESUMEN……...…..2

SUMMARY……..…....3

c. INTRODUCCIÓN…….…….…4

d. REVISIÓN LITERARIA……7

Comunicación Institucional……..……..…..….…...7

Estructura Interna de los Departamentos de comunicación institucional……...…....8

Planificación de la comunicación institucional..……...…10

¿Qué es un plan de difusión?……...……...…...…10

¿Por qué la difusión es importante para las organizaciones?…….…… ……11

Desarrollo de los pueblos…….…….……12

Participación ciudadana……..……..14

Participación Ciudadana en Gobiernos Locales……..….…14

Participación Ciudadana y Buen Vivir Ley de

Comunicación…….....16

e. MATERIALES Y MÉTODOS…….....…….....18

f. RESULTADOS…….23

g. DISCUSIÓN …….….....52

h. CONCLUSIONES…….....62

i. RECOMENDACIONES……..……..63

PROPUESTA ALTERNATIVA……..……64

j. BIBLIOGRAFÍA…….....……..90

k. ANEXOS…….....…….....92

PROYECTO APROBADO……92

a. Tema…….…..93

b. PROBLEMÁTICA…….94

c. JUSTIFICACIÓN…….102

d. OBJETIVOS…….105

e. MARCO TEÓRICO…….107

Planificación de la Comunicación Institucional……...……109

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Vilcabamba……...….111

Funciones del Gobierno Parroquial Vilcabamba…….…..114

Desarrollo de los Pueblos……...…….117

Comunicación en Vilcabamba……...……..121

f. METODOLOGÍA……...…….129

g. CRONOGRAMA……...…..134

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO……...135

i. BIBLIOGRAFÍA……..137