



**UNL**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA**

**“CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO  
DE MARKETING EN EL GOBIERNO  
MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA  
DE LA PROVINCIA DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
GRADO DE INGENIERO COMERCIAL

**AUTOR**

Carlos Manuel Sarango Jimbo

**DIRECTOR**

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo

LOJA- ECUADOR

2011

**1859**

## **CERTIFICACIÓN**

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo

**CATEDRÁTICO DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

### **CERTIFICA:**

Que la presente tesis de grado titulada **“CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE MARKETING EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA DE LA PROVINCIA DE LOJA”** realizado por el egresado Carlos Manuel Sarango Jimbo, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.


Loja, 04 de Octubre del 2011



Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo  
Director de Tesis

## **AUTORIA**

Los criterios, opiniones, análisis, definiciones, conclusiones y recomendaciones que se exponen en la presente tesis, son de exclusiva responsabilidad de su autor.



.....

Carlos Manuel Sarango Jimbo

## **AGRADECIMIENTO**

En el presente trabajo expreso mi sentimiento de gratitud y reconocimiento a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Administración de Empresas, a sus Autoridades y Docentes por sus sabias enseñanzas para poder llegar a obtener una formación profesional.

Cabe expresar el agradecimiento a las Autoridades, Funcionarios, Empleados y Trabajadores del Gobierno Municipal del Cantón Celica, por su valiosa y oportuna colaboración al brindarme la información necesaria para la elaboración del presente trabajo.

Mi más sinceros sentimiento de gratitud a Dios, por haberme iluminado, llenado de valentía y sabiduría necesaria para vencer obstáculos, a mis queridos padres y hermanos quienes colaboraron de una u otra forma a la culminación de la presente tesis y así llegar a cumplir con éxito la meta propuesta.

De manera particular expreso el agradecimiento al Ing. Ney Alfredo Gallardo, quien con su paciencia y profesionalismo fue guía fundamental para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

**Autor**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado de manera muy especial al Divino Niño Jesús, por haberme iluminado durante toda mi vida estudiantil, a mis queridos Padres: Ángel Sarango y Olga Jimbo, a mis hermanos quienes con su amor, comprensión, gratitud, apoyo económico y moral, estuvieron en todo momento en esta ardua tarea, y así poder lograr con éxito esta tan anhelada profesión.

**Carlos Manuel Sarango Jimbo**

TITULO

**“CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE MARKETING EN EL  
GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA DE LA  
PROVINCIA DE LOJA”**

# RESUMEN



## **b. RESUMEN**

En toda organización debe existir un Departamento de Marketing pues es el eje fundamental, que permite conocer el accionar institucional, el marketing público municipal es la creciente demanda por participación del gobierno con los ciudadanos, para un cambio en los valores sociales, económicos, tecnológicos y demográficos, es por ello que existe la competencia entre las instituciones del sector público; el marketing en las instituciones municipales permite establecer un contacto permanente con los usuarios (ciudadanos), reconocer sus necesidades, y generar un programa de información que comunica los objetivos de la institución, y evalúa la efectividad de los servicios entregados a la ciudadanía.

El presente trabajo de tesis se lo realizó en el Gobierno Municipal del Cantón Celica, ubicado en las calles: Dr. Carlos Bustamante y Manuela Cañizares, esquina, diagonal al parque central, Administración dirigida por el Ingeniero Oswaldo Román Calero, Alcalde del Cantón en el periodo 2009 – 2014.

Actualmente el Gobierno Municipal ha visto como prioridad mejorar su imagen institucional, una buena Gestión Municipal tiene que ver con la imagen y la forma de comunicar las acciones de Administración. Se puede decir que imagen es sinónimo de percepción. Por lo que la imagen pública de cualquier institución es la percepción ciudadana de las acciones de Gobierno Central, Consejo Provincial, y Municipios.

Para determinar la necesidad de la creación de un Departamento de Marketing, se realizó un diagnóstico externo e interno, con el fin de conocer

la situación actual de las actividades, su estructura y servicios que presta, así como para considerar la percepción que tienen sus habitantes frente al accionar municipal.

Para realizar el estudio sobre el accionar del municipio con relación a los servicios que presta, se encuestó a la población del Cantón Celica; para lo cual fue necesario segmentar a población del Cantón y proyectar los datos del último Censo de Población y Vivienda, se partió de tener el Censo del 2001 (Cantón Célica 13358 habitantes); realizado por el INEC, con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 3,3%. Al proyectar la población para el año 2011 se obtuvo 18481 habitantes y al dividir esta por un promedio de cuatro miembros por familia, la población objeto de estudio es de 4620 familias en el Cantón; en donde Celica tiene mayor participación del 49,50% dando un total de 182 encuestas, Pózul con el 24% total 88 encuestas, Sabanilla el 15,60% total 57 encuestas, Cruzpamba 7,55% total 28 encuestas y Tente. Maximiliano Rodríguez con el 3,35% total 13 encuestas, dando un total general del Cantón de 368 encuestas aplicadas a las familias.

Luego se procedió al estudio interno mediante la recopilación de información se aplicó una entrevista al Sr. Alcalde y su respectiva encuesta a los Concejales integrado por 7; y a los 139 entre empleados y trabajadores, con el propósito de obtener información verídica de la situación actual del Gobierno Municipal del Cantón Celica, de esta manera poder detectar los problemas que hoy en día atraviesa la institución.

En base a los resultados obtenidos de la entrevista realizada al Sr. Alcalde, manifestó que a inicios de su período si se presentaron inconvenientes los mismos que con el transcurso del tiempo se fueron solucionando, también comentó que se promueve la participación ciudadana a través del sistema de organización social llamado Gobiernos Comunales, también reveló que no tiene conocimientos de lo que es marketing municipal

La encuesta aplicada a los Concejales; el 71,43% revelaron que no cuenta con un departamento exclusivo para dar a conocer sobre el accionar de la institución. El 100% están de acuerdo con la creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal, el mismo que permitirá dar una buena imagen a la institución.

De la encuesta aplicada a las personas que laboran en la institución; El 47,48% manifiestan que la relación laboral con el Alcalde es excelente, debido a que es una persona sociable que brinda confianza y la apertura necesaria para dialogar; el 96.40% declararon que si tienen conocimiento sobre las actividades que está realizando la institución en las diferentes comunidades, los mismo que citaron algunas de ellas, tales como: ampliación y lastrado de vías, se está trabajando con los gobiernos comunales, empresa de lácteos, estructuras de instituciones, educativas, construcción de canchas deportivas, saneamiento ambiental y baterías sanitarias en los barrios rurales; El 86,33% de los encuestados explicaron que el Sr. Alcalde promueve en el mejoramiento económico y social, debido a su capacidad de gestión, contribuye en el adelanto y progreso de la institución, forja el desarrollo económico de todo el Cantón.

La encuesta a la Población, permitió determinar la percepción que tienen las familias frente al Municipio, con respecto a su accionar y a los servicios que ofrece se puede concluir que la tendencia de ambas administraciones, la anterior fue regular con el 39,40% después de cuatro años de Gobierno, mientras que el actual es considerado buena con el 45,92%, por lo que lleva 20 meses al frente de esta institución. De igual manera los servicios ofrecidos por parte del Municipio a la ciudadanía satisfacen al 51,90% de las familias, mientras que el 48,10% no poseen algunos servicios, esto se debe a que la mayoría se encuentran ubicados en la cabecera cantonal y las más afectadas son las Parroquias Rurales las mismas que están limitadas a su acceso, además cabe recalcar que en estos lugares los pocos servicios que poseen están dirigidos al centro de cada uno de los pueblos como es el caso de alcantarillado, recolección de basura y limpieza de calles.

Debido a la poca información que tienen los hogares del Cantón con respecto al accionar municipal, el 62,77% no conoce sobre la existencia de algún espacio informativo por parte del Municipio para dar a conocer la administración que desempeña, debe comunicar a la ciudadanía sobre las actividades que viene desarrollando, utilizando los diferentes medios de comunicación como radio, televisión, el mismo que le permitirá mejorar su imagen institucional.

Sobre la imagen que presenta el Gobierno Municipal, el 37,50% lo califican como regular debido a que carece de presentación, debe mejorar su infraestructura, remodelación de sus departamentos, no existe ningún letrero

o cartel en el que conste el nombre de la municipalidad con su respectivo logotipo

Luego se realizó el Diagnostico Situacional del Gobierno Municipal, el mismo que ha permitido conocer la situación actual de las actividades, funciones, problemas que se generan, su estructura, y los servicios que presta; así como para calificar la percepción que tienen sus habitantes frente al accionar municipal que desempeña la institución. Se ha podido identificar que el Gobierno Municipal cuenta con diferentes departamentos y secciones; los mismos que permiten llegar a la ciudadanía Celicana, pero en ninguno de estos se encuentra incluido el marketing que es el eje fundamental para toda institución tanto pública como privada. Con la inclusión de este Departamento de Marketing en la institución, le permitirá conocer a sus habitantes sobre el accionar municipal que se desarrolla, con el fin de obtener una imagen corporativa positiva de su accionar.

Como conclusión se logró determinar que la imagen institucional que presenta el Gobierno Municipal es regular, y la mayor parte de la población desconocen sobre la existencia de algún espacio informativo por parte del Municipio; además se trazó algunas recomendaciones tales como: Que a través de este Departamento de Marketing se investigue cada una de las necesidades que tiene la población para que estas sean atendidas por el Gobierno Municipal y a la vez mejorará su imagen institucional.

## **b.2. SUMMARY**

In every organization there must be a marketing department it is the fundamentals , which identifies the institutional work, public municipal marketing is the growing demand for government involvement with citizens, for a change in the social, economic, technological and demographic, which is because there is competition between public sector institutions, the marketing community institutions can establish a permanent contact with the users (citizens), recognize their needs, and generate an information program that communicates the objectives of the institution, and evaluates the effectiveness of services give to citizens.

This thesis work was realized in the Municipal Government of Canton Celica, located in the streets: Dr. Carlos Bustamante and Manuela Cañizares, corner, diagonal to Central Park, Administration directed by the Engineer Oswald Roman Calero, mayor of Canton in the period 2009 to 2014.

Currently, the municipal government has been focusing on improving its institutional image; good municipal management has to do with the image and how to communicate the actions of directors. One can say that image is synonymous of perception. As the public image of any institution is the public perception of the actions of Central Government, Provincial Councils, and Municipalities.

To determine the need for the creation of a Department of Marketing, a diagnosis was made externally and internally, in order to know the actual

situation of activities, structure and services it provides, and to consider the perception of its inhabitants against the action municipality.

To conduct the study about the actions of the municipality in relation to the services provided, surveyed the population of Canton Celica, for which it was necessary to segment a projected population of Canton and data from the last Census of Population and Housing, broke to have the Census 2001 (Celica Canton 13358 inhabitants) conducted by the INEC with the respective growth rate, the case is 3.3%. By projecting the population in 2011 was obtained by dividing 18,481 inhabitants and is for an average of four members per family, the study population is 4620 households in Canton, where participation Celica is more giving 49.50% A total of 182 surveys, with 24% Pózul total of 88 surveys, the 15.60% Sabanilla total of 57 surveys, Cruzpamba 7.55% total 28 surveys and Maximiliano Rodriguez with 3.35% total 13 surveys, totaling 368 Canton general surveys of families.

Then proceeded to internal study by collecting information applies an interview Mr. Mayor and Councilor respective survey composed by 7, and 139 employees and workers, in order to obtain accurate information of the actual situation of Municipal Government Celica, and this way can detect problems that now crosses the institution.

Based on the results of the interview Mr. Mayor, said that early in his term if these disadvantages were presented with the passage of time were solved, also said that citizen participation is promoted through the system social

organization called Communal Governments, also revealed that no knowledge of what municipal marketing

The survey of Councilor's, revealed that 71.43% do not have an exclusive department to publicize the activities of the institution. 100% agree with the creation of a Marketing Department in the Municipal Government, the same that will give a good image to the institution.

In the survey of people working in the institution, the 47.48% said that the employment relationship with the Mayor is excellent, because it is a sociable person who provides trust and openness to talk, the 96.40% reported if they have knowledge of the activities that the institution is performing in different communities, the same as quoted some of them, such as road widening and ballast, are working with city governments, dairy company structures, institutions, educational, sports courts construction, environmental and sanitary facilities in rural districts, the 86.33% of the respondents explained that the Mayor promotes economic and social improvement, because of their managerial skills, contributes to the advancement and progress of the institution, forging economic development throughout the Canton.

The Population Survey, revealed the perception that families from the municipality, with respect to their actions and the services offered can be concluded that the tendency of both administrations. The survey to permitted determinate the perception that families have with Municipal, with respect work and service that give so its finish tendency both administration the first was regular in 39.40% after four years in Government , while the current is



considered good with 45.92%, so it takes 20 months to lead this institution. Similarly, the services offered by the City to satisfy the ciudadanía 51.90% of families, while 48.10% did not have some services, this in because most are located in the cantonal head and the most affected are the same as rural parishes are limited in their access, as well it should be emphasized that these places have few services that are directed to the center of each of the villages such as sewage, rubbish collection and cleaning streets.

Due to the limited information they have homes in the Canton municipal actions with respect to the 62.77% do not know about the existence of an information space by the City to raise awareness of the administration, he must inform the public about activities being developed, using various media such as radio, television, the same that it will improve its corporate image.

On the image presented by the Municipal Government, 37.50% rank it as regularly due to lack of presentation, must improve its infrastructure, refurbishment of its departments, there is no sign or poster stating the name of the municipality with its own logo

This was followed by actual information on the Municipal Government; it has allowed to know the current status of activities, functions generate problems, structure, and its services, as well as to describe the perception of its people against the power plays municipal institution. It has been shown that the municipal government has different departments and sections, enabling them to reach Celicana citizenship, but in none of these is included marketing is the fundamental for all public and private institution. With the inclusion of the

Marketing Department at the institution, will let you know the inhabitants of the municipal power that is developed in order to obtain a positive corporate image.

In conclusion it was determined that the corporate image presented by the Municipal Government is regular, and most people are unaware of the existence of an information space by the municipality, also was laid out some recommendations such as: That through the Marketing Department will investigate each of the population needs is for them to be served by the Municipal Government while improving its corporate image.

# INTRODUCCIÓN

### **c. INTRODUCCIÓN**

El marketing público municipal es la disciplina que estudia el proceso de planificación y ejecución del concepto, precio, comunicación y distribución de los diferentes productos que se intercambian entre el sector público local y los ciudadanos. Estos productos los clasifican en bienes, servicios, ideas, organizaciones, personas y lugares; que consiste en analizar el intercambio que se produce entre el gobierno y los ciudadanos. El objetivo final es mejorar la eficiencia, eficacia, la efectividad y equidad de las acciones que el municipio desarrolla logrando una mejor satisfacción de sus clientes y usuarios que garantiza a las administraciones locales la atracción de inversiones al municipio, a la vez que mejora su imagen institucional con otros municipios.

Un elemento fundamental para la buena gestión municipal y que poca importancia le dan los funcionarios municipales tiene que ver con la imagen pública y la forma de comunicar las acciones de gobierno, deben maximizar el valor de sus ciudadanos otorgando la prestación de los servicios públicos, que es la forma en que actuara el departamento de marketing municipal; y a través de los diferentes canales de comunicación abiertos con los ciudadanos (encuestas, reuniones de grupos focales, quejas y sugerencias) deben servir para conocer la medida en que las expectativas de los usuarios o beneficiarios de los servicios son satisfechos y mejorara partir de tales informaciones.

Al conocer que el marketing en las Instituciones Estatales es una herramienta estratégica que permite la definición de la imagen corporativa en función de su modelo de desarrollo y sus necesidades vitales. Se ha creído conveniente la creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal, que se encargue de mejorar la percepción de las familias Celicanas frente a la Administración Municipal.

La estructura del presente trabajo está en concordancia con lo que establece el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja:

El Título con el fin de conocer la percepción del Gobierno Municipal frente a la ciudadanía; en el resumen se expresa una visión global de toda la investigación; en la introducción se manifiesta el beneficio e importancia del tema, el aporte a la institución y la estructura del trabajo; la revisión de literatura elementos teórico tales como: marketing publico municipal, imagen corporativa, organización administrativa, etc.; también se utilizó diferentes materiales y métodos tales como: método científico, deductivo, inductivo, descriptivo; igualmente se aplicó diferentes técnicas: observación directa, entrevista y encuesta.

Así mismo para justificar la Creación de este Departamento de Marketing fue necesario realizar un diagnóstico del Gobierno Municipal, con el fin de conocer la situación actual de la institución, ya sea interna como externa y de esta manera poder detectar los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo, con el propósito de buscar posibles soluciones

Con todos los elementos obtenidos se presenta la propuesta, un Departamento de Marketing para el Gobierno Municipal de Cantón Celica, el mismo que se lo ha estructurado de la siguiente manera: Misión, visión, objetivos, estrategias, valores, organigramas estructural, funcional y posicional, manual de funciones, distribución, presupuesto y su respectivo plan de marketing público.

Finalmente las Conclusiones y Recomendaciones a las que se llegaron para que sean puestas a consideración de sus autoridades y su posterior expansión interna y externa como iniciativa de cambio y fortalecimiento institucional.

# REVISIÓN DE LITERATURA

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA.**

### **d.1. MARCO HISTÓRICO**

#### **d.1.1. HISTORIA DE LOS MUNICIPIOS**

##### **d.1.1.1. ORIGEN DEL MUNICIPIO**

El origen del municipio se encuentra bifurcado en "tres tesis: sociológica, jurídica y ecléctica, que han sido estudiadas, atrayendo cada una múltiples simpatizantes y despertando nutridos debates, a continuación se describen estas tres tesis:

**a) Tesis sociológica.** El municipio es una formación natural anterior al Estado y no producto de éste, debido a que el creador no puede ser posterior a la creación.

**b) Tesis jurídica.** El municipio es una creación del Estado; antes que la ley declare al municipio como tal, sólo existen congregaciones humanas asentadas en un territorio determinado. El municipio es una entidad territorial humana y jurídica creada por la ley, ya que antes de que la ley denomine municipio a un conglomerado social, éste no existe como municipio, es simplemente un centro de población, es la ley que le da tal carácter y la que le señala sus requisitos, así como su forma de ser.

**c) Tesis ecléctica.** El municipio es una formación natural, reconocida por el Estado. Armoniza las dos tesis anteriores, requiriéndose para la existencia de un municipio dos elementos esenciales,



primero tienen que existir las agrupaciones vecinales y el segundo elemento es el reconocimiento como municipio por la ley.

La tesis ecléctica sobre el origen del municipio, es la que posee mayor argumento empírico y teórico, ya que el municipio al igual que el Estado posee tres elementos constitutivos esenciales que son: territorio, población y gobierno, no se puede concebir un municipio sin uno de estos elementos.

La sociedad humana es un elemento con mayor preponderancia, debido a que es la sociedad la que a través de su inteligencia construye al municipio como mecanismo para satisfacer sus necesidades y hacer posible sus propósitos; el municipio existe por la sociedad, con la sociedad y para beneficio de la sociedad.

#### **d.1.1.2. CONCEPTO DE MUNICIPIO**

La definición etimológica de municipio tenemos que "proviene del latín municipium," que es el conjunto de obligados a pagar el tributo.

"El municipio es una persona jurídica..." en virtud de que tiene un patrimonio propio, posee autonomía para gobernarse y administrar su hacienda pública, se integra por una población que habita en un territorio determinado, es la célula básica que conforma el tejido político, administrativo y territorial de las entidades federativas. La sociedad es un elemento sustancial del municipio, es la parte dinámica y vital del municipio; a través de un nexo causal entre

gobierno-sociedad se construye el consenso, dando paso a mejores tomas de decisiones de los gobiernos municipales.

### **d.1.1.3. PRINCIPIOS Y FUNCIONES DEL MUNICIPIO**

#### **d.1.1.3.1. PRINCIPIOS RECTORES DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL.**

La organización y el funcionamiento del municipio se desarrollarán con arreglo a los postulados que rigen la función administrativa y regulan la conducta de los servidores público, y en especial, con sujeción a los principios de eficacia, eficiencia, publicidad y transparencia, moralidad, responsabilidad e imparcialidad, de acuerdo con los siguientes criterios:

**Eficacia:** El municipio determinará con claridad, la misión, propósito y metas de cada una de sus dependencias o entidades; definirá al ciudadano como centro de su actuación dentro de un enfoque de excelencia en la prestación de sus servicios y establecerá rigurosos sistemas de control de resultados y evaluación de programas y proyectos;

**Eficiencia:** El Municipio deberá optimizar el uso de los recursos financieros, humanos y técnicos, definir una organización administrativa racional que le permita cumplir de manera adecuada las funciones y servicios a su cargo, crear sistemas adecuados de información, evaluación y control de resultados, y aprovechar las ventajas comparativas que ofrezcan otras entidades u organizaciones de carácter público o privado.

En desarrollo de este principio se establecerán los procedimientos y etapas estrictamente necesarios para asegurar el cumplimiento de las funciones y

servicios a cargo del municipio, evitar dilaciones que retarden el trámite y la culminación de las actuaciones administrativas o perjudiquen los intereses del municipio;

**Publicidad y transparencia:** Los actos de la administración municipal son públicos y es obligación de la misma facilitar el acceso de los ciudadanos a su conocimiento y fiscalización, de conformidad con la Ley;

**Moralidad:** Las actuaciones de los servidores públicos municipales deberán regirse por la ley y la ética propias del ejercicio de la función pública;

**Responsabilidad:** La responsabilidad por el cumplimiento de las funciones y atribuciones establecidas en la Constitución y en la ley, será de las respectivas autoridades municipales en lo de su competencia. Sus actuaciones no podrán conducir a la desviación o abuso de poder y se ejercerán para los fines previstos en la ley. Las omisiones antijurídicas de sus actos darán lugar a indemnizar los daños causados y a repetir contra los funcionarios responsables de los mismos;

**Imparcialidad.-** Las actuaciones de las autoridades y en general, de los servidores públicos municipales se regirán por la Constitución y la Ley, asegurando y garantizando los derechos de todas las personas sin ningún género de discriminación

**d.1.1.3.2. FUNCIONES.** Corresponde al Municipio:

1. Administrar los asuntos municipales y prestar los servicios públicos que determine la Ley.

2. Ordenar el desarrollo de su territorio y construir las obras que demande el progreso municipal.
3. Promover la participación comunitaria y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes.
4. Planificar el desarrollo económico social y ambiental de su territorio de conformidad con la ley y en coordinación con otras entidades.
5. Solucionar las necesidades insatisfechas de salud, educación, saneamiento ambiental, agua potable, servicios públicos domiciliarios, vivienda, recreación y deporte, con especial énfasis en la niñez, la mujer, la tercera edad y los sectores discapacitados, directamente y en concurrencia, complementariedad y coordinación con las demás entidades territoriales y la nación, en los términos que defina la ley.
6. Velar por el adecuado manejo de los recursos naturales y del medio ambiente de conformidad con la ley.
7. Promover el mejoramiento económico y social de los habitantes del municipio.
8. Hacer cuanto adelantar por sí mismo en subsidio de otras entidades territoriales, mientras éstas proveen lo necesario

#### **d. 1.1.4. SERVICIOS DEL MUNICIPIO**

El servicio público es una actividad que realiza el gobierno en el ejercicio de la administración pública, para satisfacer las necesidades de la población,

compensando así el pago de sus contribuciones como gobernados. "El servicio público es una actividad técnica, directa o indirecta, de la administración pública activa o autorizada a los particulares, que ha sido creada y controlada para asegurar la satisfacción de una necesidad colectiva de interés general, sujeta a un régimen especial de derecho público".

Los gobiernos municipales con observancia en las Leyes Federales, Locales y las que se establezcan en cada municipio, tienen a su cargo la prestación, explotación y conservación de los servicios públicos municipales, de acuerdo a la fracción III del artículo 115 de la Constitución General de la República, los municipios tienen a su cargo los servicios públicos siguientes:

- ✓ "Agua potable, drenaje, alcantarillado, tratamiento y disposición de sus aguas residuales
- ✓ Alumbrado público
- ✓ Limpia y disposición de desechos
- ✓ Mercado y centrales de abasto
- ✓ Panteones
- ✓ Rastro
- ✓ Calles, parques, jardines y su equipamiento
- ✓ Seguridad pública, en los términos del artículo 21 de esta Constitución, policía preventiva municipal y tránsito
- ✓ Los demás que las legislaturas determinen según las condiciones territoriales y socio-económicas de los municipios, así como su capacidad administrativa y financiera".

La prestación de servicios públicos deberá realizarse por los ayuntamientos, sus unidades administrativas y organismos auxiliares, quienes podrán coordinarse con su entidad federativa o con otros municipios para lograr la eficacia en su prestación.

#### **d.1.1.4.1. Convenio Estado – Municipio**

Es un mecanismo administrativo de coordinación del municipio, con el Estado, tiene una base constitucional, tanto a nivel federal como estatal enmarcado en su artículo 116 Fracción VII, que dice: Los estados estarán facultados para celebrar esos convenios con sus municipios, a efecto de que éstos asuman la prestación de los servicios

El convenio tiene por objeto transferir total o parcialmente, la prestación de un servicio público que por razones de insuficiencia de recursos, tanto financieros como técnicos y humanos, le resulte difícil atender en forma directa.

En estos convenios de colaboración Estado-Municipio se destaca el tipo de servicios públicos sujetos a convenios, las acciones que se comprometen a desarrollar, los deberes y obligaciones de ambos, las bases tanto económicas como laborales de los servidores públicos y los beneficios directos que tiene el ayuntamiento como autoridad máxima del municipio, entre otros aspectos.

Para celebrar un convenio se deben observar los siguientes requisitos:

- Un acuerdo de cabildo que autorice la firma del convenio entre el ayuntamiento y el gobierno del estado.
- La certificación del costo de las obras e instalaciones mediante planos, proyectos y presupuestos.
- Que la vigencia del convenio nunca exceda al período legal del ayuntamiento en funciones.
- La autorización del Congreso Local, previo a la ejecución del convenio, según sea el caso.

#### **d.1.1.4.2. Asociación intermunicipal**

Consiste en la unión de dos o más municipios de una misma entidad federativa, la cual tiene por objeto únicamente la prestación de algún servicio público que un municipio esté imposibilitado de prestar aisladamente por la complejidad o insuficiencia de recursos.

Esta forma de prestación de servicios tiene como propósito lograr que los ayuntamientos, previo acuerdos de cabildo y con base en las leyes locales, concierten esfuerzos y se coordinen para contar con mejores servicios en centros de población conurbados, pero pertenecientes a municipios distintos.<sup>1</sup>

#### **d.1.1.5. CONTRIBUYENTE**

El contribuyente es aquella persona física o jurídica con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien

---

<sup>1</sup>[www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Política - En caché - Similares

está obligado a soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

Es una figura propia de las relaciones tributarias o de impuestos. Se determina y define en concreto de acuerdo con la ley de cada país. El contribuyente es, en sentido general, el sujeto pasivo en Derecho tributario, siendo el sujeto activo el Estado, a través de la administración.

#### **d.1.1.5.1. Tipos de contribuyentes**

En algunos casos, en consideración a su tamaño, y normalmente tratándose de personas jurídicas (por la envergadura del negocio o empresa), un contribuyente puede recibir un trato individualizado por parte de la administración, y ser sometido a inspecciones periódicas (en lugar de aleatorias) para verificar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. En algunos países, puede incluso asignarse a un grupo concreto de inspectores de hacienda la inspección periódica de una empresa.

En esos casos el contribuyente no tiene por qué diferenciarse legalmente de los demás contribuyentes ordinarios salvo por el hecho de que, a efectos prácticos, tiene un trato más continuado con la administración (mentira busquen en otro lado)

#### **d.1.1.5.2. Clasificación de los Contribuyentes**

Los contribuyentes se clasifican en dos grandes grupos:



a) **Personas Físicas o Naturales:** son aquellas que obtienen rentas de su trabajo personal (Personas con negocio de único dueño, profesionales liberales, entre otras). Para personas físicas la ley 8-92, del 3 de abril de 1992, en su artículo No. 9 establece que el interesado debe presentar una serie de documentos para fines de inscripción tales como copia de la cédula de identidad y electoral, en caso de nacionales sin cédula el interesado deberá presentar su pasaporte o certificado de la Junta Central Electoral. En caso de extranjero, presentar el pasaporte llenar debidamente el cuestionario al contribuyente, disponible en las administraciones y agencias locales.

b) **Persona Jurídica o Moral:** Son las formadas por las asociaciones de varias personas en un organismo o una sociedad que son identificadas con una razón social mediante instrumento público a la que la ley reconoce derechos y facultades a contraer obligaciones civiles y comerciales. Mediante resolución No. 494-97, la Secretaría de Estado de Finanzas estableció que toda persona jurídica o moral, deberá proveerse de una tarjeta de identificación tributaria en la cual consta:<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>[www.es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente)

## **d.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **d.2.1. DIAGNÒSTICO**

#### **d.2.1.1. Concepto**

La palabra diagnóstico proviene del griego “Diagnosis” que significa “Conocimiento”. El diagnóstico constituye una herramienta sencilla y de gran utilidad a los fines de conocer la situación actual de una organización y los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo.

En el diagnóstico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles y también las producciones comunicacionales de una organización tales como historietas, metáforas, símbolos, artefactos y los comentarios que la gente de la organización hace en sus conversaciones diarias.

#### **d.2.1.2. Importancia del diagnóstico**

Es muy importante ya que el diagnóstico es un informe completo que analiza la situación de la empresa de un modo objetivo, efectuando conclusiones y recomendaciones para alcanzar ventajas competitivas.

#### **d.2.1.3. Objetivo del diagnóstico**

El principal objetivo del diagnóstico es la localización y análisis de las fallas existentes a distintos niveles en la empresa, y poder llegar al planteamiento

de una gama de alternativas de solución con base en un plan de acción que sea acorde con el análisis integral de la organización.<sup>3</sup>

#### **d.2.2. MARKETING MUNICIPAL**

Las razones para el Marketing en los municipios es la creciente competencia entre los municipios, la precaria situación presupuestaria, la creciente demanda por participación ciudadana, el cambio en los valores sociales y los cambios económicos, tecnológicos, y demográficos.

Los municipios requieren de un concepto eficaz de Marketing para:

- Asentar nuevas empresas y retener las existentes
- Atraer nuevos residentes.
- Activar el turismo (atracción de visitantes).
- Realizar eventos con relevancia regional.
- Interesar a sus propios residentes en el municipio.
- Ejercer influencia en el escenario regional y nacional.

El Marketing es la actividad que permite a las instituciones municipales:

- ✓ Establecer un contacto permanente con sus clientes (ciudadanos).
- ✓ Reconocer sus deseos (necesidades).
- ✓ Desarrollar "productos" correspondientes a estos deseos.
- ✓ Generar un programa de información que comunica los objetivos de la organización.

---

<sup>3</sup> BRAVO, Juan (1995), *el diagnostico*, Díaz santos S.A, pág. 15- 17

- ✓ Evaluar la efectividad de los servicios entregados.

La técnica de Marketing mejora la eficiencia, eficacia, la efectividad y equidad de las acciones que el municipio desarrolla logrando una mejor satisfacción de sus clientes y usuarios. El Marketing, por supuesto, no es una panacea para todos los problemas del municipio.

Por definición, el marketing municipal es una "herramienta de la administración local orientada a la promoción financiera profesional de las ciudades, mediante esquemas de ofertas comerciales, fiscales y jurídicas, que permiten atraer inversiones y retener capitales locales".

Marketing municipal, marketing de servicios municipales o city marketing son algunas de las denominaciones para esta modalidad de patrocinio, que garantiza a las administraciones locales la atracción de inversiones al municipio, a la vez que mejora su imagen ante los vecinos.

#### **d.2.2.1. Marketing al servicio del municipio**

Con el marketing municipal, las instituciones locales establecen no solo un contacto permanente con sus clientes, que en este caso son los ciudadanos, sino que pueden identificar sus deseos y, en consecuencia, desarrollar los productos correspondientes a sus necesidades. El municipio evalúa así la efectividad de los servicios entregados.

La situación inicial que contribuye a que una administración local plantee políticas de marketing municipal se da cuando existe un estado económico crítico del gobierno local, y se avecina una crisis, pero con un consecuente

involucramiento de los líderes y organizaciones locales en la promoción económica, y un gran compromiso de colaboración entre organizaciones y asociaciones, puesto que la estructura de su industria es débil y su competitividad mediocre. Con este panorama, los objetivos del marketing municipal se centran en que los servicios ofrecidos por las instituciones locales sean realmente utilizados por los ciudadanos, generando una imagen positiva de la administración por la satisfacción con los servicios. En consecuencia, el ayuntamiento también busca promocionar la imagen del municipio, aumentar su grado de conocimiento y su atractivo.

Se concibe el Marketing municipal como un proceso continuo de desarrollo y comercialización del producto "municipio". Se considera el municipio y sus diferentes instituciones como los "oferentes", y los diferentes usuarios (ciudadanos) de los servicios locales como los "consumidores"(clientes). Al igual que empresas privadas, también los municipios han de competir por las simpatías del "cliente".

**El Marketing Municipal se puede dividir en tres partes:**

Gráfico N° 1



**d.2.2.1.1. Marketing de localización:** Apunta al aumento del atractivo del municipio como localización. Es una poderosa herramienta para aumentar el atractivo del municipio como localización económica. Sus objetivos son: crecimiento económico, aumento de los empleos locales, estabilidad coyuntural y mayor equilibrio de la economía local mediante su diversificación y fortalecimiento de la capacidad financiera local.

Las actividades más importantes en el ámbito del Marketing de localización son: El asentamiento de nuevas empresas, la promoción de las empresas locales, y la promoción de personas dispuestas a fundar empresas.

El proceso de formulación de la política de Marketing de localización, que constituye el núcleo de la política de fomento de la economía local, consta de las siguientes fases principales:

- Análisis empírico de los factores de localización potencial de mano de obra, oferta de terrenos comerciales, infraestructura local, etc., con el fin de establecer un perfil objetivo de localización (económica) del municipio.
- Análisis de los grupos – meta que son los destinatarios de la política de fomento de la economía local. Esta fase se divide en tres subfases:
  - ✓ Identificación de los rubros/sectores económicos que ostentan el mayor potencial y análisis de sus necesidades de localización.

- ✓ Comparación de las necesidades de localización de las empresas con la oferta existente de localización en el municipio.
- ✓ Seleccionar de grupo – meta (empresas) a abordar y a promocionar.
- ✓ Elaboración de medidas de fomento de la economía local, como es el mejoramiento de la oferta local de localización, publicidad, etc.

#### **d.2.2.1.2. Marketing al residente:**

Está relacionado con todas las actividades que apuntan a:

- Aumentar el atractivo del municipio como lugar de residencia.
- Al mejoramiento de las ofertas y los servicios en los ámbitos educación, formación, cultura, recreación, salud, medio ambiente, vivienda y servicio administrativo.

#### **d.2.2.1.3. Marketing al visitante:**

Los grupos – metas relevantes son aquí: los turistas, y los visitantes (visitantes de congresos, seminarios, eventos, etc.).

#### **d.2.2.3. Beneficios del marketing municipal**

Los programas de marketing municipal benefician a las administraciones públicas, a las empresas y a la población.

Los primeros porque logran generar o liberar recursos, mejorando la eficiencia de los fondos públicos. Los servicios públicos tienen un coste elevado para el ciudadano, tanto en términos del propio servicio como en el proceso de producción del servicio, esto es, la manera cómo se presta el servicio. Los segundos porque encuentran nuevas plataformas para diferenciarse con un gran elemento de responsabilidad (hasta en ocasiones con derechos preferentes sobre algunos beneficios). Así, ganan en imagen y en visibilidad de marca. Y, los terceros porque permiten elevar su nivel de vida o reducir sus impuestos(al ciudadano no le importa encontrar un logotipo en un parque público con información útil, si gracias a ello el parque está limpio o hay mejores equipamientos, por ejemplo).

Para obtener el máximo de beneficio es necesario implementar los programas de manera holística, integrando todos los departamentos municipales, aprovechando la sinergia y ofreciendo así a las empresas parte un valor agregado.

Además, las plataformas de patrocinio no deben quedarse en una creación de marca, sino en una gestión de distintas herramientas y actividades de marketing a lo largo del tiempo, es decir, deben desarrollarse estrategias de medio y largo plazo. Las decisiones estratégicas deben personalizarse en los programas destinados para cada actividad empresarial.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Gustavo Bravo, Guillermo Gómez, Pablo Vilches. *Marketing Municipal. Ingeniero comercial en administración de empresas. Santiago, Universidad de Santiago de Chile, 1995. 36p*



### **d.2.3. MARKETING PÚBLICO MUNICIPAL.**

Un elemento fundamental para la buena gestión municipal y que poca importancia le dan los funcionarios municipales tiene que ver con la imagen pública y la forma de comunicar las acciones de gobierno.

Existen muchas formas de definir la imagen, sin embargo, para no entrar a detalle, podemos decir que imagen es sinónimo de percepción. Por lo que la imagen pública de cualquier gobierno es la percepción ciudadana de las acciones de gobierno. La forma de comunicar las acciones de gobierno será fundamental para tener un buen imagen ciudadano. En muchos casos, difundimos las actividades de forma no efectiva, ni directa a los sectores interesados y beneficiados.

El marketing público municipal es la disciplina que estudia el proceso de planificación y ejecución del concepto, precio, comunicación y distribución de los diferentes productos que se intercambian entre el sector público local y los ciudadanos. Estos productos los clasifican en bienes, servicios, ideas, organizaciones, personas y lugares. Una de las tareas del marketing municipal es analizar el intercambio que se produce entre el gobierno y los ciudadanos. El objetivo final de ese intercambio consiste en crear entusiasmo en los ciudadanos. Los municipios más valiosos son aquellos que suman el mayor valor entre el conjunto de sus ciudadanos

Los funcionarios municipales deben maximizar el valor de sus ciudadanos otorgando la prestación de los servicios públicos, que es la forma en que actuara el marketing municipal. Sin embargo, no hay que olvidar que entra

en juego el mundo de las ideas, de las personas con liderazgo, de las emociones y de los sentimientos a la hora de recibir los servicios

Crear valor implica conocer lo que piensan y demandan los ciudadanos. El marketing municipal representa una técnica de gestión que nos ayuda a crear valor en los municipios.

El Marketing de Servicios Municipales o Marketing Municipal es la actividad que permite a la ciudad y a sus instituciones estar en contacto permanente con sus grupos objetivo, reconocer sus demandas (necesidades), desarrollar "productos" correspondientes a estas demandas y generar un programa de información que comunique los objetivos de la ciudad.

Con el planeamiento del marketing municipal, o mejor aún del marketing de servicios municipales, se busca, en primer término, identificar las necesidades y los retos de la ciudadanía, con la finalidad de satisfacerlas, de tal modo que cada ciudadano experimente con el uso de los diferentes servicios que su vida mejora.

¿Cómo lograr el conocimiento de las necesidades y deseos de los ciudadanos? En el marketing municipal es necesario considerar distintas perspectivas para determinar cuáles son las demandas de actuaciones del gobierno local por parte de la comunidad.

Una de las perspectivas es considerar la demanda individualizada. Por ejemplo, analizar lo que desean los usuarios de un servicio público determinado.

La otra perspectiva es considerar al conjunto social como demandante. Es el caso de los estudios sobre la opinión que tiene los ciudadanos sobre un determinado problema – la seguridad, por caso – y la respuesta que esperan del gobierno local.

Estas perspectivas no son excluyentes, sino complementarias, ya que la acción pública, como ya hemos comentado, debe proporcionar, al mismo tiempo, beneficios privados y sociales. Para investigar las demandas de actuaciones del gobierno local, pueden disponerse de instrumentos técnicos. No obstante, también deberán tenerse en cuenta los procesos políticos por medio de los cuales se definen los problemas socialmente relevantes y se manifiestan las preferencias de la ciudadanía por una determinada alternativa de solución.

Otro momento importante del marketing municipal es el de la comunicación del servicio. Ésta debe efectuarse de tal manera que los ciudadanos sepan que las necesidades que les preocupaban han sido abordadas por la organización municipal, la cual ha generado en respuesta un servicio apropiado. Debe lograr que el vecino use ese servicio, a partir que el mismo proporciona una respuesta y sobre todo, satisfacción personal. A su vez, los canales de comunicación abiertos con los ciudadanos (encuestas, reuniones de grupos focales, quejas y sugerencias) deben servir para conocer la medida en que las expectativas de los usuarios o beneficiarios.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>[www.auditoriaguerrero.gob.mx/PDFs/profis/cursos09/gestion\\_municipal](http://www.auditoriaguerrero.gob.mx/PDFs/profis/cursos09/gestion_municipal)

#### **d.2.4. IMAGEN CORPORATIVA**

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de relaciones públicas, utilizando principalmente campañas comunicacionales, redes sociales (entre otras plataformas web) y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. La imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía. Otros factores que contribuyen a crear una imagen de compañía podrían ser los medios de comunicación, periodistas, sindicatos, organizaciones medioambientales, y otras ONG. Las corporaciones no son la única forma de organización que genera este tipo de imágenes. Los gobiernos, las organizaciones caritativas, las organizaciones criminales, las organizaciones religiosas, las organizaciones políticas y las organizaciones educativas todas tienden a tener una imagen única, una imagen que sea parcialmente deliberada y parcialmente accidental, parcialmente auto-creada y parcialmente exógena.

##### **d.2.4.1. Imagen corporativa y Responsabilidad Social Empresarial**

Una empresa tiene responsabilidades con la sociedad que van más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios, sino que

también implica el asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas de la sociedad.

Frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Es por cierto entonces, una de las ventajas que trae la responsabilidad social corporativa, ya que también importa en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también con los empleados dentro de la empresa. Podrán ver más ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial responsabilidad Social Corporativa.

#### **d.2.4.2. Componentes de la imagen corporativa**

La imagen corporativa puede estar compuesta por uno o más elementos, que de manera conjunta o independiente todos cumplen una misma función, acentuar la gráfica y la solidez de la imagen corporativa, mediante la cual, los usuarios pueda reconocer quien factura el producto o servicio, por consiguiente determinar características y valores del mismo. Dentro de los elementos podemos encontrar los siguientes

Isotipo, Logotipo, Monograma, Fonograma, Eslogan, El nombre, Emblema, Tipo grama, Pictograma, Anagrama, Logograma, Imago tipo.<sup>6</sup>

#### **d.2.5. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

Cuando hablamos de estructura organizativa se refiere a la estructura de la

---

<sup>6</sup>Kotler, Philip (2003). *Fundamentos de Marketing (6ª edición)*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V. pp. 712. ISBN 970-26-0400-1

organización formal y no de la informal.

La estructura organizacional generalmente se presenta en organigramas. Casi todas las compañías necesitan unidades o departamentos tanto de línea como de asesoría (“staff”). Los gerentes de línea contribuyen directamente al logro de los objetivos y metas principales de la organización. Por lo tanto, se encuentran en la “cadena de mando”. Ejemplos son producción, compras y distribución. Los gerentes (unidades) de asesoría contribuyen indirectamente (pero de manera importante) a los objetivos de la empresa. Sus contribuciones primordialmente son proporcionar asesoramiento y pericia especializada. Por lo tanto, la gente de las unidades de “staff” no se halla en la cadena de mando. Ejemplo de dichas unidades de apoyo son contabilidad, relaciones públicas, personales y legales.

Es importante una estructura organizacional bien definida porque asigna autoridad y responsabilidades de desempeño en forma sistemática.

Propósitos de la organización:

- Permitir la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente y con un mínimo esfuerzo.
- Eliminar duplicidad de trabajo.
- Establecer canales de comunicación.
- Representar la estructura oficial de la empresa

Para la creación de una organización, empresa o departamento debe contener:

#### **d. 2.5.1. Misión**

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión

Las características que de tener una misión son: amplia, concreta, motivadora y posible.

#### **Sugerencias para su misión**

- Cuando elabore su misión, trate de hacerla planificada, sólida y completa.
- Asegúrese de que la misión sea comunicada a toda la organización (clientes de la empresa, a los trabajadores, proveedores, administraciones públicas y a todos los campos en los que la organización tenga algo que ver) de manera motivante y entusiasta, utilizando una comunicación simple, concisa y fácilmente comprensible.
- Recuerde que al elaborar su misión, la imagen de credibilidad ha de estar presente en todo momento.
- De vez en cuando es conveniente repetir la declaración de la misión, para recordar a los integrantes de la organización, que el futuro deseado es posible

La misión tiene la responsabilidad de cumplir con el propósito establecido.<sup>7</sup>

#### **d. 2.5.2. Visión**

La visión de una empresa es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.

La razón de establecer la visión de una empresa, es que ésta sirva como guía que permita enfocar los esfuerzos de todos los miembros de la empresa hacia una misma dirección, es decir, lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas, bajo la guía de ésta; logrando así, coherencia y orden

La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos

#### **¿Cómo se realiza la visión de una empresa?**

El contestar estas preguntas le puede orientar para definir la visión de su empresa.

¿Cómo será el proyecto cuando haya alcanzado su madurez en unos años?

¿Cuáles serán los principales productos y servicios que ofrezca?

¿Quiénes trabajarán en la empresa?

---

<sup>7</sup>[www.trabajo.com.mx/mision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm)



¿Cuáles serán los valores, actitudes y claves de la empresa?

¿Cómo hablarán de la empresa los clientes, los trabajadores y la gente en general que tenga relación con ella?<sup>8</sup>

#### **d. 2.5.3. Objetivos**

Son los resultados que la empresa desea lograr. Tomando como base estos objetivos, el empresario realiza la planeación de sus actividades. Los objetivos pueden ser evaluados según el orden de importancia que les dé cada empresa.

### **¿Qué es lo que se quiere hacer?**

#### **d. 2.5.4. Estrategias**

Son las acciones o interpretación (conocimiento) de los planes que tiene la empresa teniendo en cuenta la competencia. Pueden ser para obtener mayor participación en el mercado, comprar equipo nuevo, sacar un nuevo producto, etc. (Las acciones son opciones que afectan a toda la empresa).

Al planear es necesario determinar diversos caminos, formas de acción o estrategias, para conseguir los objetivos. La planeación implica la determinación, el análisis y la selección de la alternativa más adecuada

### **¿Cómo se quiere hacer?**

#### **d. 2.5.5. Valores**

---

<sup>8</sup>[www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa](http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa)

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social.

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define así misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

Los empresarios deben desarrollar virtudes como la templanza, la prudencia, la justicia y la fortaleza para ser transmisores de un verdadero liderazgo

### **Características de los valores**

- Se desarrollan en condiciones muy complejas.
- Son necesarios para producir cambios a favor del progreso.
- Son posibles porque muchos seguimos creyendo en ellos.
- No son ni pueden ser un simple enunciado.

### **d. 2.5.6. Políticas**

Las políticas definen el área de trabajo para tomar decisiones; pero no dan la decisión, dan lineamientos. Generalmente, toda política es establecida por el dueño de la empresa. Estas políticas se dan de una manera interna, externa, originada y jerárquica. Las políticas internas son aquellas que afectan a las personas que trabajan dentro de una empresa, por ejemplo: hora de llegada,

uniformes, equipo de seguridad, etc. Por su parte, las políticas externas son aquellas ajenas a la empresa

Las políticas son guías amplias, verbales o escritas; las cuales permiten al empresario usar su iniciativa y su buen juicio en la interpretación de una norma en particular. En ciertas ocasiones hay necesidad de renovar políticas observando sus ventajas y desventajas.

#### **d. 2.5.7. Organigramas**

"Es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan."

Son herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional. Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, línea de autoridad y de asesoría

Los organigramas son útiles instrumentos de organización y nos revelan:

- a) La división de funciones
- b) Los niveles jerárquicos
- c) Las líneas de autoridad y responsabilidad
- d) Los canales formales de la comunicación
- e) Las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa en cada departamento o sección de la misma

f) Las líneas de asesoramiento

### 2.5.7.1. Niveles jerárquicos de autoridad

Es el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de la función que realicen.

Dentro de los niveles tenemos:

- ✓ **Nivel legislativo:** su función básica es legislar la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.
- ✓ **Nivel directivo:** este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas ejerciendo autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.
- ✓ **Nivel ejecutivo:** es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas tanto por el nivel legislativo como ejecutivo dentro de la empresa a su mando.
- ✓ **Nivel asesor:** Este aconseja, informa, prepara proyectos en materias jurídicas, económicas, financieras, técnicas, contables, industriales y más aéreas que tengan que ver con la empresa a la cual se está asesorando. No tiene autoridad demandando.
- ✓ **Nivel operativo:** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de entidad o empresa. Constituye el nivel técnico responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza o razón de ser.

- ✓ **Nivel auxiliar:** Ayuda a los niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Es el nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales

#### **d.2.5.7.2. Tipos de organigramas**

- **Organigrama Estructural:** Es un diagrama que representa jerárquicamente el cargo que ocupa en la compañía, es decir la espina dorsal de una empresa, en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que toman las decisiones.
- **Organigrama Funcional:** Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio de las especialización de funciones para cada tarea que separa, que distingue y especializa. El orgánico funcional expresa las funciones que deberán cumplir cada representante y miembro de los diferentes niveles de autoridad, coordinación, apoyo y demás sectores.
- **Organigrama Posicional:** Es la distribución específica de las jerarquías o categoría de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una empresa o entidad (Jefe de Personal de Contabilidad Técnico en servicios de Producción, Director Administrativo, Financiero. Etc.)

#### **d. 2.5.8. Manual de funciones**

Pretende dar a conocer las funciones que deben desempeñar dentro de la empresa. Consiste en detallar los puestos de trabajo y las funciones a cumplir. Esto permitirá al empleado cumplir de forma adecuada su trabajo.

##### **d.2.5.8.1. Contenido del manual de funciones**

El manual de funciones contendrá:

- ❖ Relación de dependencia
- ❖ Dependencia jerárquica
- ❖ Naturaleza del trabajo
- ❖ Tareas principales
- ❖ Tareas secundarias
- ❖ Requerimientos del puesto:
  - ✓ Responsabilidad
  - ✓ Conocimientos
  - ✓ Iniciativa
  - ✓ Personalidad
  - ✓ Riesgos

#### **2.5.9. Espacio físico**

La distribución de espacio se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios tanto para el personal, como para los clientes

El estudio de la distribución de espacio busca contribuir al incremento de la eficiencia de las actividades que realizan las unidades que conforman una organización; así como también proporcionar a los directivos y empleados el espacio suficiente, adecuado y necesario para desarrollar sus funciones de manera eficiente y eficaz, y al mismo tiempo permitir a los clientes de la organización obtener los servicios y productos que demandan bajo la mejores condiciones; y procurar que el arreglo del espacio facilite la circulación de las personas, la realización, supervisión y flujo racional del trabajo y además, el uso adecuado del elementos materiales y de ese modo reducir tiempo y costos para llevarlos acabo.

### **2.5.9. Presupuesto**

Es un documento que indica la cantidad que necesitará o con lo que cuenta para llevar a cabo una actividad. Se usa principalmente para tener un control sobre las actividades de la empresa. La iniciación del presupuesto es difícil, su continuación es fácil. Los presupuestos pueden ser:

- Financieros. Flujo de caja (entradas y salidas de dinero).
- Operaciones normales de la empresa (ventas, compras, gastos, etc.)<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>GOMEZ Ceja (1997) "Sistemas administrativos", México, Mc Graw Hill

# MATERIALES Y MÉTODOS



## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

En el transcurso del presente trabajo de tesis se utilizó: materiales, métodos y técnicas

### **e.1. MATERIALES:**

- **Materiales de Oficina:** hojas formato A4, carpetas, lápiz, cuaderno, esferográficos, borradores, escuadras, etc.
- **Equipo de Oficina:** computadora, calculadora.
- **Medios magnéticos:** cámara fotográfica, flash memory, Cd.
- **Reproducción de Texto:** Copias, digitación de textos, impresiones, empastado.
- **Otros:** Transporte, Alimentación, Internet, Imprevistos,

### **e.2. MÉTODOS:**

**e.2.1. Método Científico:** Este método se utilizó para la construcción del trabajo investigativo, el cual permitió poseer conocimiento más amplio del problema suscitado, por lo que se aplicó la lógica a las realidades y hechos observables de la percepción que tienen las personas frente al Gobierno Municipal.

**e.2.2. Método Deductivo:** Este método deductivo o sintético, permitió analizar problemas amplios para luego concretar más en particularidades, es decir que se partió de lo general a lo particular, también permitió estudiar aspectos globales que abarcan el ámbito institucional, desde el entorno

macro – ambiental, donde se conoció la percepción de los habitantes frente al municipio mediante la realización de un estudio al Cantón.

**e.2.3. Método Inductivo:** A través de este método se conoció los aspectos más relevantes del Gobierno Municipal de Celica, sus antecedentes históricos sus inicios, la conformación de su organización y la manera como se ha ido desarrollando y suministrando el servicio a la ciudadanía, así como sus metas y proyecciones al futuro. Permitió analizar la situación actual por la que está atravesando la institución, permitiendo dirigirse a las familias del Cantón mediante la aplicación de encuestas.

**e.2.4. Método Descriptivo:** Por medio de este método, se realizó la interpretación y análisis de toda la información recopilada a fin de cumplir con éxito los objetivos propuestos.

### **e.3. TÉCNICAS**

**e.3.1. Observación Directa:** Permitió percibir la Imagen del Gobierno Municipal de Celica frente a la comunidad así como el funcionamiento interno de la institución.

**e.3.2. Entrevista:** Accedió tener un diálogo con el Alcalde del Cantón Celica Ing. Oswaldo Román, con el fin de obtener información verídica, mediante un sistema de preguntas a través de la interrelación verbal, la misma que ayudó a fundamentar el contenido del informe.

**e.3.3. Encuesta:** Esta técnica fue el eje fundamental de este trabajo; por lo que se la aplicó a la Población del Cantón Celica, con un total de 368

encuestas, se escogieron de entre las 4620 familias existentes, también se aplicó a las Autoridades del Concejo Municipal, Empleados y Trabajadores que labora en esta Institución; con el propósito de organizar y presentar la información para su respectivo análisis de resultados. Con la información recopilada se utilizó para conocer la percepción de los hogares hacia el Municipio y lograr los objetivos propuestos.

Cuadro N° 1

### CUADRO POBLACIONAL DEL CANTÓN CELICA

PARROQUIAS	% POBLACIÓN	Nº POBLACIÓN
<b>Celica</b>	<b>49.50%</b>	<b>9148</b>
<b>Pózul</b>	<b>24%</b>	<b>4435</b>
<b>Sabanilla</b>	<b>15.60%</b>	<b>2883</b>
<b>Cruzpamba</b>	<b>7.55%</b>	<b>1395</b>
<b>Tente. Maximiliano Rodríguez</b>	<b>3.35%</b>	<b>620</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>18481</b>

### 3.3.1. Proyección de Habitantes del Cantón Celica para el año 2011

Para el cálculo de la población proyectada se partió del hecho de tener el Censo de Población del 2001 (Cantón Celica 13.358 habitantes); realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 3,3%. Al proyectar la población para el año 2011 se obtuvo **18.481 habitantes** y al dividir la población para cuatro habitantes por familia, la población objeto de estudio es de **4.620 familias** en el Cantón Celica. Se aplicó la siguiente fórmula:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

En donde:

Pf = Población año 2011

Po = Población

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Períodos transcurridos

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 13.358(1 + 3,3\%)^{10}$$

Pf = Población año 2011

$$Pf = 18.481 / 4$$

$$Pf = 4.620 \text{ Familias}$$

### 3.3.2. Tamaño de la Muestra

Para el presente trabajo de tesis se utilizó el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + P(e)^2}$$

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Población

4620

$$n = \frac{4620}{1 + 4620(0.05)^2}$$

**e** = margen de error

**n = 368 Encuestas**

Cuadro N° 2

**CUADRO DIVISIÓN MUESTRAL**

<b>Parroquias</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Hab./ familia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>N° Encuestas</b>
<b>Celica</b>	9148	2287	49.50%	182
<b>Pózul</b>	4435	1109	24%	88
<b>Sabanilla</b>	2883	721	15.60%	57
<b>Cruzpamba</b>	1395	348	7.55%	28
<b>Tente. Maximiliano Rodríguez</b>	620	155	3.35%	13
<b>TOTAL</b>	<b>18481</b>	<b>4620</b>	<b>100%</b>	<b>368</b>

Una vez aplicada la encuesta y analizados e interpretados los resultados se procedió a desarrollar los objetivos planteados, y finalmente a la elaboración de las respectivas conclusiones y recomendaciones del caso.

**e.3.4. Información Bibliográfica**

Así mismo se utilizó la información bibliográfica necesaria, la misma que estuvo respaldada de indagación de libros folletos, revistas, artículos. Internet, Etc.; Con el propósito de asegurar la validez y confiabilidad del desarrollo del trabajo investigado.

# RESULTADOS

## **f. RESULTADOS**

### **f.1. ENTREVISTA APLICADA AL Sr. ALCALDE DEL CANTÓN CELICA**

**Nombre:** Ing. Oswaldo RománC. **Fecha:** 31/03/2011**Hora:** 09:00 AM

#### **1. ¿Qué tiempo lleva al frente de esta institución?**

El Sr Alcalde declaró lleva 1 año 8 meses al frente del Gobierno Municipal.

#### **2. ¿Qué servicios brinda el Gobierno Municipal a la ciudadanía Celicana?**

Reveló que se brindan diferentes servicios básicos como: salud, educación deporte, agua potable, alcantarillado, vialidad, biblioteca, cuerpo de bomberos, camal, mercado municipal, recolección, transporte y disposición final de desechos sólidos, etc.

#### **3. ¿Cómo es la colaboración del grupo de trabajo en la institución?**

Me supo explicar que directamente las relaciones han mejorado en esta institución, existe bastante compañerismo ya que todos se enfocan al mismo objetivo y se mantiene diferentes procesos de trabajo, así como diferentes responsables dentro de la misma.

#### **4. ¿Se cumple con todo lo establecido en el Plan Operativo Anual?**

Declaró que si se cumple con todo lo que se establece en el Plan Operativo Anual; porque los funcionarios y demás servidores de la administración municipal, están prestos a cumplir un régimen disciplinario y atender



esmeradamente sus obligaciones acatando las ordenes legítimas de trabajo que se estable en el P.O.A.

**5. ¿Cuenta con un espacio informativo para dar a conocer el accionar de la institución?**

Manifestó que la institución si cuenta con un espacio informativo, debido a que le corresponde como autoridad, el mantener informado a la comunidad sobre las gestiones municipales, con el propósito de estimular la comunicación entre el ciudadano y funcionarios para el mejoramiento del servicio público

**6. ¿Cada que tiempo da a conocer sus actividades que realiza?**

Me supo explicar que se da a conocer en el mes de Agosto (anualmente), utilizando la prensa televisiva (Ecotel TV), y la rendición de cuentas y otras situaciones se las realiza mensualmente por medio de la prensa radial.

**7. ¿Qué actividades se encuentra realizando el Municipio en la actualidad?**

Reveló que el Gobierno Municipal está realizando las siguientes actividades:

- ✓ Construcción e infraestructura escolar
- ✓ Brindando agua potable y alcantarillado a las diferentes comunidades
- ✓ Construcción de letrinas en varios sectores
- ✓ Rellenos sanitario

- ✓ Aportando en la cubierta del coliseo en las parroquias Pózul y Sabanilla
- ✓ Obras turísticas
- ✓ Regeneración urbana

**8. ¿De qué manera promueve la participación comunitaria y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes?**

Comentó que lo realiza a través del sistema de organización social llamado Gobiernos Comunales, Mediante el cual existe la participación de las diferentes comunidades con el fin de tratar asuntos de carácter social y cultural.

**9. ¿El Municipio cuenta con un departamento exclusivo para dar a conocer el accionar institucional?**

Declaró que exclusivo no cuentan, pero que el Departamento de Relaciones Públicas es el encargado de dar a conocer a la ciudadanía sobre el accionar Municipal.

**10. Para la imagen corporativa de la institución. ¿Qué métodos o elementos utiliza Ud.?**

Me supo explicar que lo realiza a través de entrevistas, videos, fotografías, carteles o letreros, los mismos que por ahora los están imprimiendo.

**11. ¿Usted tiene conocimiento sobre Marketing Municipal?**

El Alcalde reveló que no tienen conocimiento sobre este tipo de Marketing

**12. ¿Está de acuerdo con la creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal?**

Después de haberle explicado en que consiste este departamento, me supo manifestar que debería estar en concordancia con lo dispuesto por el Estado y comentó que si sería importante la creación de este departamento en esta institución.

**13. ¿Qué sugerencias nos daría para la implementación de un Departamento de Marketing en la institución?**

- ❖ Que se realice un diagnóstico
- ❖ Luego plantear la propuesta

## **f.2. ENCUESTA APLICADA A LOS CONCEJALES DEL CANTÓN CELICA**

### **1. ¿Indique cuáles son las funciones que Ud. desempeña?**

Declararon que desempeñan las siguientes funciones:

- Satisfacer las necesidades básicas de la Ciudad, del área urbana y de sus Parroquias Rurales.
- Legislar y fiscalizar al Gobierno Municipal de Celica
- Determinar políticas para el cumplimiento de los fines de la administración
- Procurar el bienestar material-social - económico y la mejora de calidad de vida de la población.
- Establecer políticas para desarrollar y mantener un plan interno de Desarrollo Organizacional.
- Ejercer los deberes y atribuciones que señala la Ley Orgánica de Régimen Municipal
- Asesorar en los asuntos legislativos de interés para armonizar las relaciones entre la municipalidad y la ciudadanía en busca de los mejores servicios para la colectividad.
- Controlar el funcionamiento y cumplimiento de las normas en materia de la estructura organizacional
- Cumplir un régimen disciplinario con el fin de estimular la iniciativa y fomentar la responsabilidad
- Organizar y/o participar la realización frecuente de cursos, talleres, seminarios o reuniones de información y debate de problemas y trabajos institucionales.

- Mantener informada a la comunidad sobre las gestiones municipales y estimular la comunicación de los ciudadanos y funcionarios.
- Cumplir y hacer cumplir las actividades de trabajo que se determinan en el Manual Orgánico Funcional y más normas establecidas.
- Colaborar en todos los eventos cívicos, sociales y culturales que organizare el Gobierno Municipal.

**2. ¿Tiene actualmente algún problema para coordinar la acción Municipal con los demás compañeros de trabajo? (por qué)**

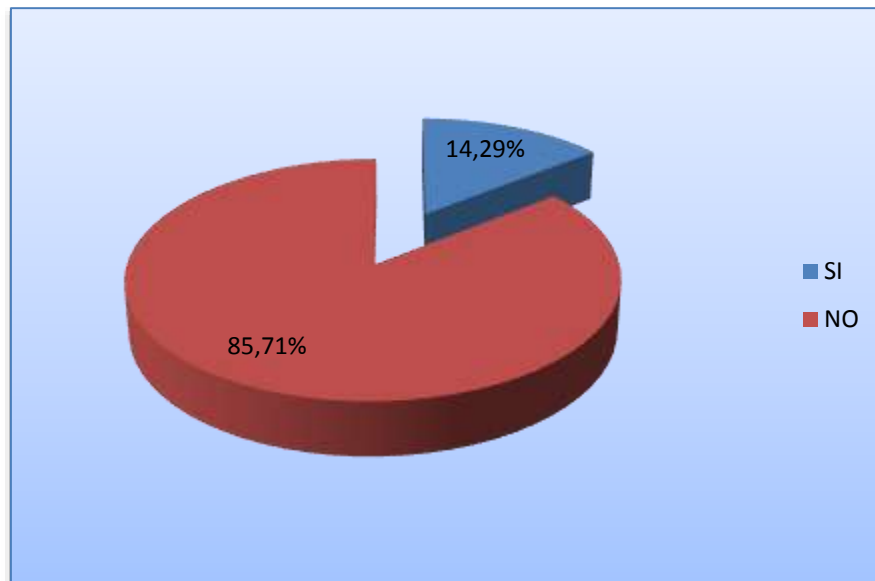
**CUADRO Nº 2**  
**PROBLEMAS DE COORDINACIÓN**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	1	14,29%
<b>NO</b>	6	85,71%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

## GRÁFICO N° 2

### PROBLEMAS DE COORDINACIÓN



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

### INTERPRETACIÓN

El 14,29% de los Concejales revelaron que si se presentan problemas; debido a que en el momento de la realización de Plan Operativo Institucional no existe la coordinación necesaria para su aprobación; existe la falta de profesionalismo y compañerismo; mientras que el 85,71% comentaron que por el momento no se han presentado inconvenientes, debido a que existe la buena relación laboral con todo los compañeros del Concejo, cuentan con un Plan Operativo Anual bien estructurado, además porque tienen bien definidos los objetivos estratégico con el único propósito de trabajar en conjunto para satisfacer las necesidades que se presentan en el área urbana y de sus parroquias rurales, impulsando en el desarrollo del Cantón.

**3. ¿Cuáles son los servicios que brinda el Gobierno Municipal a la ciudadanía Celicana?**

En su totalidad manifestaron que el Gobierno Municipal brinda los siguientes servicios:

- ✓ Vialidad y transporte ( ampliación y mejoramiento de vías de acceso, equipo caminero)
- ✓ Salud ( campañas de salud preventiva)
- ✓ Educación (adecuación y equipamiento a centros educativos, biblioteca)
- ✓ Deporte (construcción de canchas múltiples, colaborar en dichos eventos)
- ✓ Medio ambiente y turismo (micro cuencas, regeneración ambiental, recolección, transporte y disposición final de desechos sólidos)
- ✓ Agua potable y Saneamiento (letrinas, alcantarillado)
- ✓ Regeneración urbana (arreglo de calles, plan de vivienda urbana)
- ✓ Organización social y desarrollo empresarial (Gobiernos Comunales planificar obras prioritarias dentro de su comunidad, camal, mercado municipal, cementerio, policía municipal)

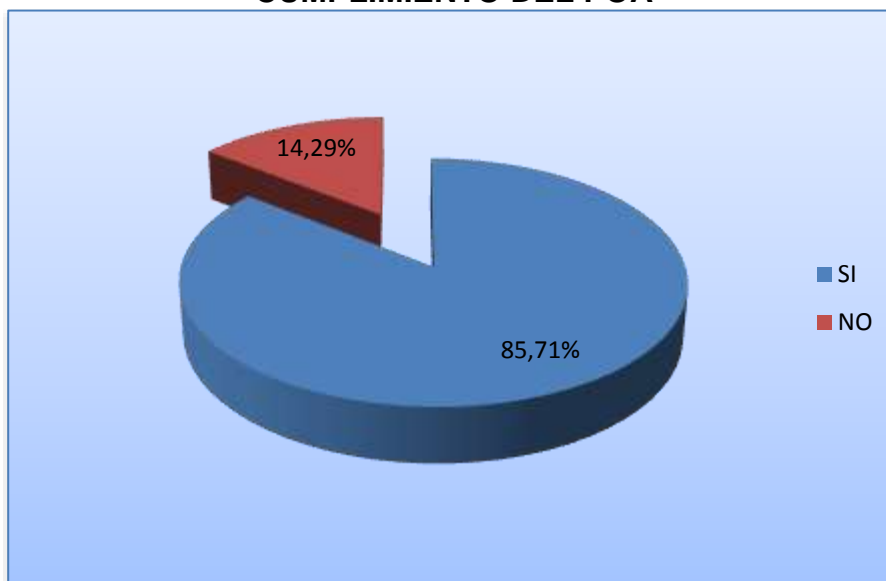
4. ¿Ud. Cree que se cumple con todo lo establecido en el Plan Operativo Anual? (por qué).

**CUADRO N° 4  
CUMPLIMIENTO DEL POA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	6	85,71%
NO	1	14,29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 4  
CUMPLIMIENTO DEL POA**



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

#### **INTERPRETACIÓN:**

El 85,71% de los Concejales declararon que si se cumple todo lo que se establece, debido a que el Plan Operativo Anual se lo realiza en base a las necesidades de cada una de las comunidades, además todos los Concejales tienen un POA el cual tienen que darle seguimiento, el mismo que es



factible; mientras que el 14,29% comentaron que no se cumple como se lo dispone a inicios del año por lo que varía mucho, se debe dar respeto a todo lo que se establece en el POA.

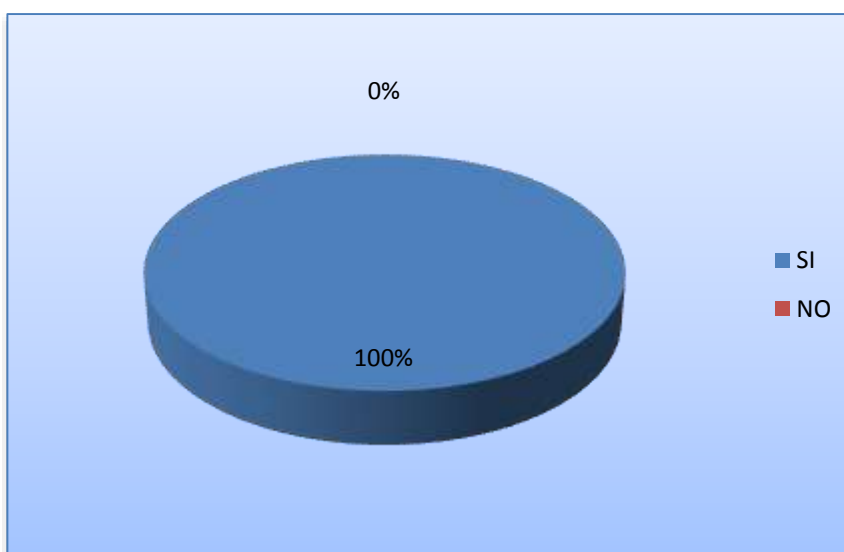
**5. ¿El Gobierno Municipal cuenta con un espacio informativo para dar a conocer el accionar de la institución?**

**CUADRO Nº 5  
ESPACIO INFORMATIVO**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	7	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO Nº 5  
ESPACIO INFORMATIVO**



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

## **INTERPRETACIÓN:**

El 100% revelaron que la institución si cuenta con un espacio informativo por lo que permite a la ciudadanía conocer sobre el accionar municipal que desempeña la institución.

### **6. Si su respuesta es afirmativa ¿por qué medio lo realiza?**

El medio de comunicación que actualmente utiliza la municipalidad para dar a conocer sobre su accionar es el medio radial.

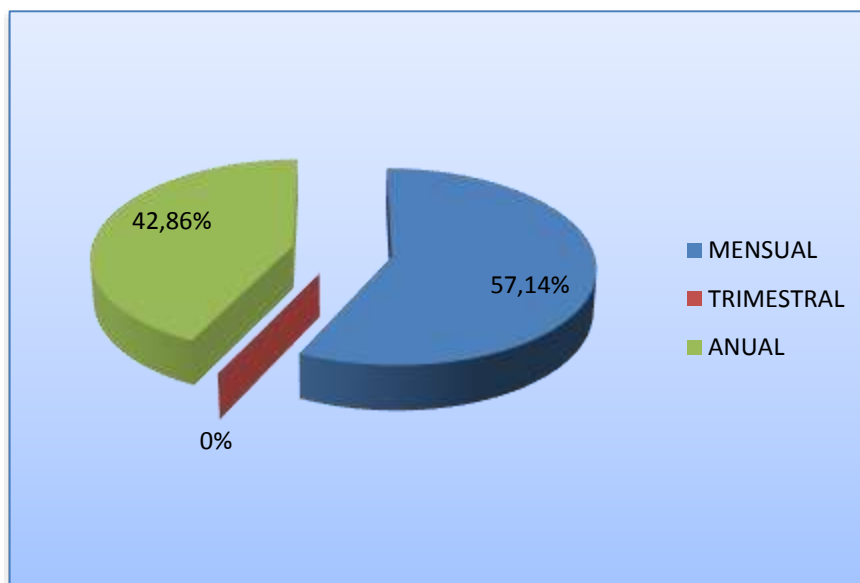
### **7. ¿Cada qué tiempo el Municipio informa a la ciudadanía sobre la Administración Municipal que desempeña?**

**CUADRO N° 7  
INFORMACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Mensual</b>	4	57,14%
<b>Trimestral</b>	0	0%
<b>Anual</b>	3	42,86%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

## GRÁFICO N° 7 INFORMACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

### INTERPRETACIÓN:

El 57,14% de los encuestados declararon que se informa de manera mensual; mientras que el 42,86% comentaron que se comunica de forma anual.

### 8. ¿Qué actividades se encuentra realizando el Municipio en la actualidad?

Según la encuesta aplicada el Gobierno Municipal está realizando las siguientes actividades:

- ✓ Mejoramiento de la vialidad rural
- ✓ Saneamiento ambiental
- ✓ Lastrado de vías en diferentes comunidades del Cantón

- ✓ Cubierta del coliseo de las Parroquias Pózul y Sabanilla
- ✓ Construcción de las canchas múltiples en los barrios las Pampas, defensa civil y Zhugsho
- ✓ Alcantarillado pluvial
- ✓ Desvío de quebradas
- ✓ Conformación de microempresas

**9. ¿Ud. de qué manera promueve la participación comunitaria y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes?**

Los encuestados revelaron que se promueve:

- ❖ Mediante la participación ciudadana a través de los Gobiernos Comunales, a los que se involucra a sus habitantes, los mismos que realizan diferentes gestiones y analizan la obras más prioritarias para su comunidad.
- ❖ Desarrollando reuniones permanentes mediante el uso de mesa redondas, seminarios, conferencias etc.; con el propósito de tratar temas de carácter social, cultural, y deportivo.
- ❖ Impulsando en el desarrollo socio-económico y productivo, con la participación activa de la ciudadanía.

10. ¿El Municipio cuenta con un Departamento exclusivo para dar a conocer el accionar institucional?

CUADRO Nº 10

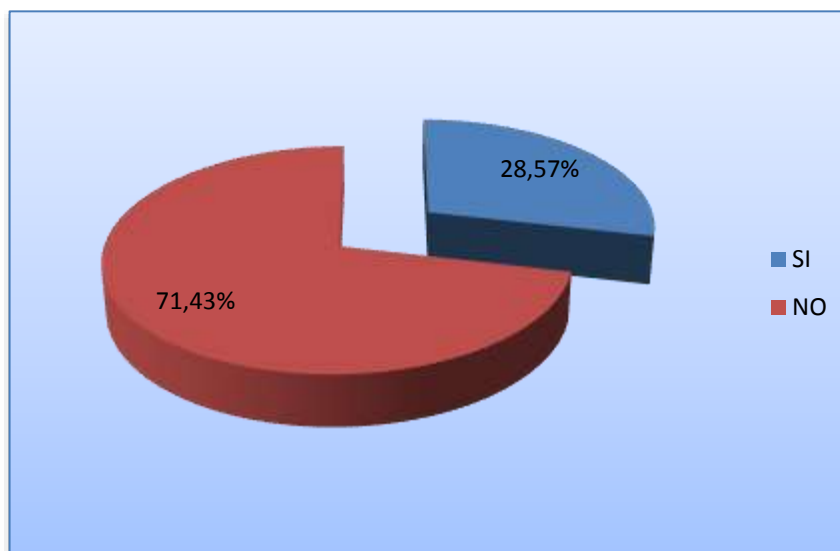
EXISTENCIA DE UN DEPARTAMENTO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	2	28,57%
NO	5	71,43%
Total	7	100%

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

GRÁFICO Nº 10

EXISTENCIA DE UN DEPARTAMENTO



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

**INTERPRETACIÓN:**

El 28,57% de los encuestados declararon que el departamento de Relaciones Públicas está encargado de informar a la ciudadanía sobre su accionar; mientras que el 71,43% de las personas afirmaron que la

institución no cuentan con un departamento exclusivo, por lo que se debería crear un departamento, el mismo que se encargue de dar a conocer a toda la ciudadanía sobre el accionar municipal.

**11. ¿Usted tiene conocimiento sobre Marketing Municipal? (explique)**

**CUADRO Nº 11**

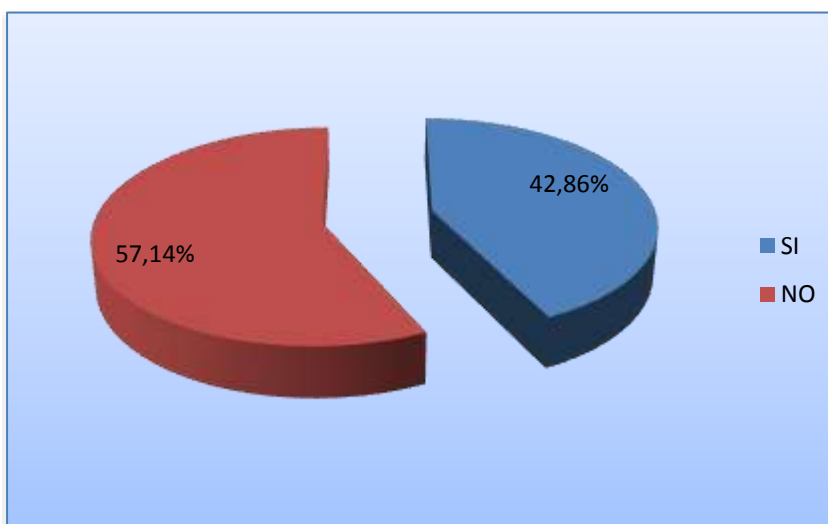
**CRITERIO SOBRE MARKETING MUNICIPAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
<b>SI</b>	3	42,86%
<b>NO</b>	4	57,14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO Nº 11**

**CRITERIO SOBRE MAKETING MUNICIPAL**



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

## INTERPRETACIÓN:

El 42,86% de las personas manifestaron que si tienen conocimiento sobre Marketing Municipal, los mismos que explican que es la identificación de necesidades y deseos de los ciudadano para luego ser analizadas, se lo realiza a través de encuestas y de esa manera se conoce el grado de aceptación de la institución; mientras que el 51,14% declararon que no tienen conocimiento sobre este tipo de marketing.

### 12. ¿Está de acuerdo con la creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal?

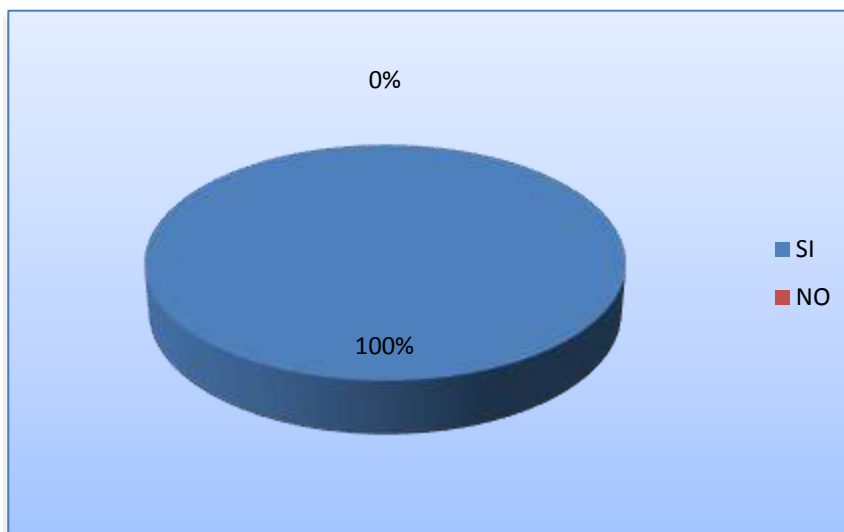
CUADRO Nº 12

#### CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE MARKETING

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	7	100%
NO	0	0%

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 12**  
**CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE MARKETING**



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

### **INTERPRETACIÓN**

Dada la explicación sobre en qué consiste el Departamento de Marketing, El 100% de los encuestados están de acuerdo con la creación de este departamento en el Gobierno Municipal, el mismo que permitirá evaluar el desempeño laboral y dará una buena imagen institucional.

### **13. ¿Qué sugerencias nos daría para la implementación de este Departamento de Marketing en la institución?**

- Se debe realizar un estudio de factibilidad para conocer el criterio del Cantón.
- Presentar un proyecto de ordenanza para la creación del departamento y que se lo incluya en el diagrama estructural y funcional del Municipio.
- Que se realice un estudio interno del Gobierno Municipal
- Que se elabore este tipo de proyecto de la forma más clara y verídica



**f.3. ENCUESTA APLICADA A LAS PERSONAS QUE LABORAN EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA**

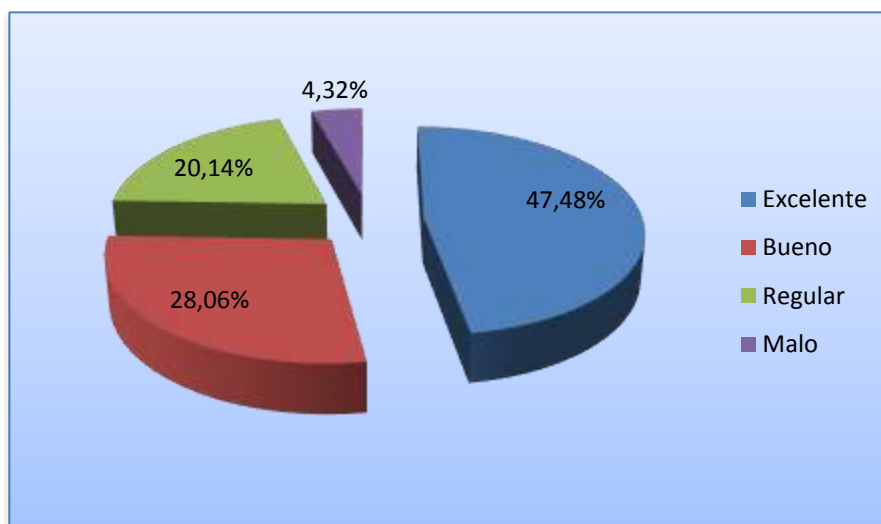
**1. ¿Cómo es la relación laboral de Ud. con el Sr. Alcalde? (por qué)**

**CUADRO Nº 1  
RELACIÓN LABORAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Excelente	66	47,48%
Bueno	39	28,06%
Regular	28	20,14%
Malo	6	4,32%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO Nº 1  
RELACIÓN LABORAL**



Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

## **INTERPRETACIÓN:**

El 47,48% de los encuestados explicaron que la relación laboral con el Alcalde es excelente, debido a que es una persona sociable, el cual brinda confianza y la apertura necesaria para dialogar, se coordina actividades en beneficio de la comunidad, existe la comunicación permanente y también ha demostrado personalidad eficiente, tiene cualidades en lo que corresponde a la convivencia con sus servidores; el 28,06% manifestaron que es bueno porque siempre existe comunicación y planificación, lo catalogan como una persona comprensiva, educada y comunicativa; mientras que el 20,14% comentaron que es regular, debido a que da prioridad a la gente de su partido, existe poca comunicación; y el 4,32% juzgaron que es malo porque en toda ocasión tiene preferencia de personas por cuestiones políticas (discriminación del personal).

## **2. ¿Cuáles son los servicios que presta el Gobierno Municipal?**

**(Marque con una X)**

De acuerdo a la encuesta aplicada los empleados revelaron que el Gobierno Municipal brinda los siguientes servicios:

## SERVICIOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL

SERVICIOS	MARCAR (X)
Agua potable	X
Alcantarillado	X
Vías de acceso	X
Cementerio	X
Camal	X
Mercado Municipal	X
Recolección de Basura	X
Limpieza de calles	X
Centro de Desarrollo Infantil	
Centro de Apoyo Escolar	X
Centro Psicopedagógico	
Biblioteca	X
Transporte Estudiantil	
Unidad Médica	X
Cuerpo de Bomberos	X
Comedor	
Ancianato	
Proyecto Ambulatorio	
Grupo de Danza música folklórica	X
Curso de guitarra, pintura y música	X
Vivero Municipal	X
Campeonato Inter Jorgas	
Atención a la Población en el Municipio	X

Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

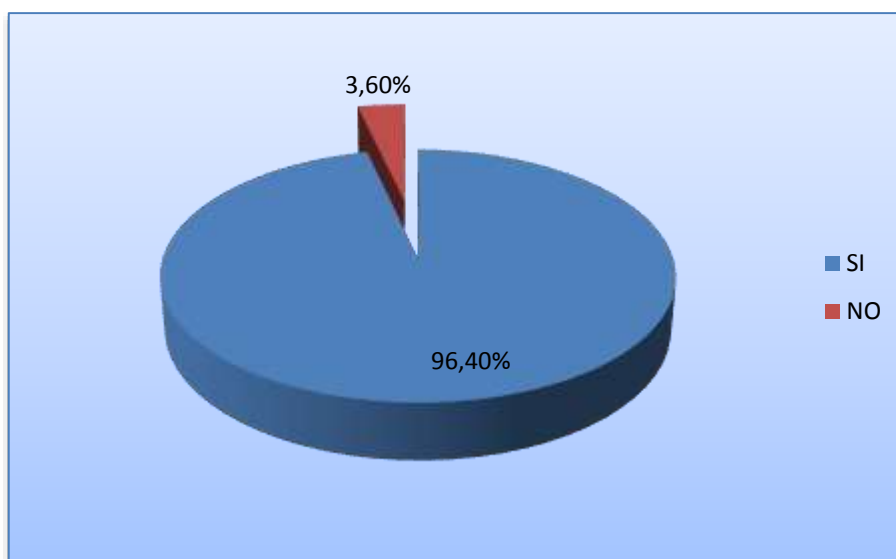
**3. Conoce Ud. ¿Qué actividades se encuentra realizando el Gobierno Municipal en la actualidad? (Cuales).**

**CUADRO Nº 3**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	134	96,40%
NO	5	3,60%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO Nº 3**



Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**INTERPRETACIÓN:**

El 96,40% manifestaron que si tienen conocimiento de las actividades que el Gobierno Municipal está realizando, los mismo que citaron algunas de ellas, tales como: ampliación y lastrado de vías, se está trabajando con los gobiernos comunales, empresa de lácteos, estructuras de instituciones, educativas, construcción de canchas deportiva, saneamiento ambiental y

baterías sanitarias en los barrios rurales, embaulado de quebradas en el barrio defensa civil, ayuda social, obras de agua potable y alcantarillado, proyectos para artesanos, agricultores y ganaderos, terminación del terminal terrestre entre otras; mientras que el 3,60% declararon que no tienen conocimiento sobre las actividades que está realizando la institución, por lo que existe la falta de comunicación tanto del Alcalde como entre los empleados y trabajadores

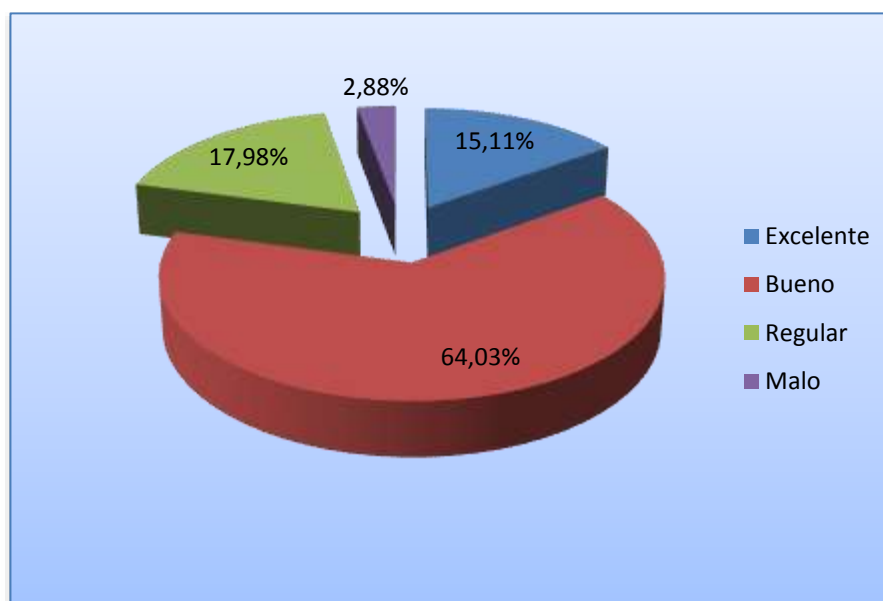
**4. ¿Cómo califica Ud. la colaboración de los grupos de trabajo en la institución? (por qué)**

**CUADRO N° 4  
CALIFICACIÓN DE GRUPOS DE TRABAJO**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	21	15,11%
<b>Bueno</b>	89	64,03%
<b>Regular</b>	25	17,98%
<b>Malo</b>	4	2,88%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 4**  
**CALIFICACIÓN DE GRUPOS DE TRABAJO**



Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**INTERPRETACIÓN:**

El 15,11% de los encuestados califican como excelente la colaboración de los grupos de trabajo, sobre todo el diálogo mutuo, también existe la planificación y voluntad de realizar las actividades por lo que todos se encuentran enfocados a un solo fin; el 64,03% manifestaron que es bueno por lo que son voluntarios y participativos siempre están coordinando los trabajos (semanalmente), existe buena relación entre compañeros todos colaboran y así se cumple a cabalidad el trabajo establecido; el 17,98% califican como regular por lo que cada quien trabaja a su manera, existen varias personas nuevas y no realizan su labor con dedicación, esto se produce por falta de relación entre compañeros; y el 2,88% juzgaron que es malo porque no existe el respeto necesario entre compañeros y que no

todos están dispuestos a trabajar a tiempo completo especialmente los que poseen nombramiento.

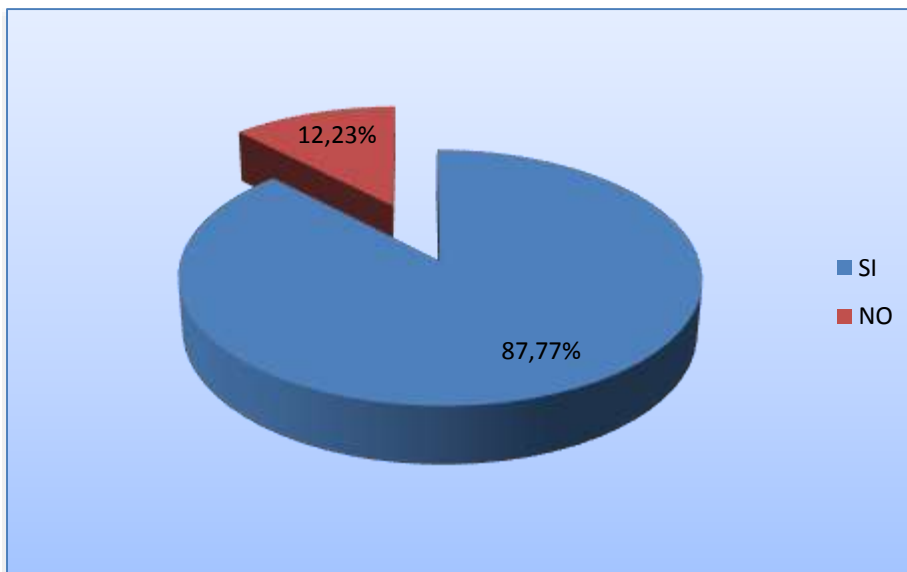
5. ¿Ud. cumple con todo lo establecido en el Plan Operativo Anual?  
(por qué)

**CUADRO Nº 5**  
**CUMPLIMIENTO DEL POA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	122	87,77%
NO	17	12,23%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO Nº 5**  
**CUMPLIMIENTO DEL POA**



Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

### **INTERPRETACIÓN:**

El 87,77% de los encuestados declararon que si se cumple con lo que se establece en el POA, debido a que es un cronograma en el que se planifica todo lo que se va a ejecutar durante el año, además está acorde a cada oficina, por lo que se cumple a cabalidad, y de esto depende el desarrollo personal y de la institución; mientras que el 12,23% comentaron que no se cumple porque no tienen conocimiento del mismo, existe la falta de asignación de presupuesto, por lo que no permite desempeñar adecuadamente su trabajo.

### **INTERPRETACIÓN:**

El 51,08% de los encuestados revelaron que la institución si cuenta con un plan de capacitación; mientras que el 48,92% afirmó que el Municipio no cuenta, en especial los trabajadores.

### **6. ¿Cree Ud. Que el Sr. Alcalde promueve en el mejoramiento económico y social del personal del Municipio? (por qué)**

#### **CUADRO Nº 6**

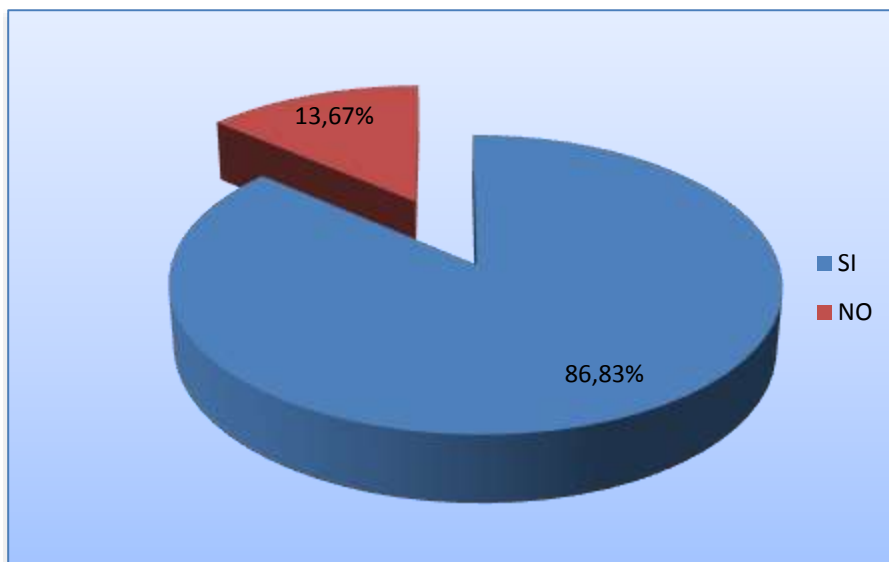
#### **PROMUEVE EL MEJORAMIENTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MUNICIPIO**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	120	86,33%
<b>NO</b>	19	13,67%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor



**GRÁFICO N° 6**  
**PROMUEVE EL MEJORAMIENTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL**  
**MUNICIPIO**



Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**INTERPRETACIÓN:**

El 86,33% de los encuestados explicaron que el Alcalde promueve en el mejoramiento económico y social, debido a su capacidad de gestión, contribuye en el adelanto y progreso de la institución, forja el desarrollo económico de todo el Cantón, que está pendiente de los empleados y trabajadores que se sientan a gusto con su trabajo, y también que ha subido los sueldos basándose en lo que determina la ley; mientras que un 13,76% declararon que no promueve en nada, porque siempre ha existido y existirá la discriminación a empleados y trabajadores, en algunos casos cabe mencionar que no tienen ningún conocimiento sobre esta pregunta, esto se da por el poco interés y la falta de comunicación en la institución.

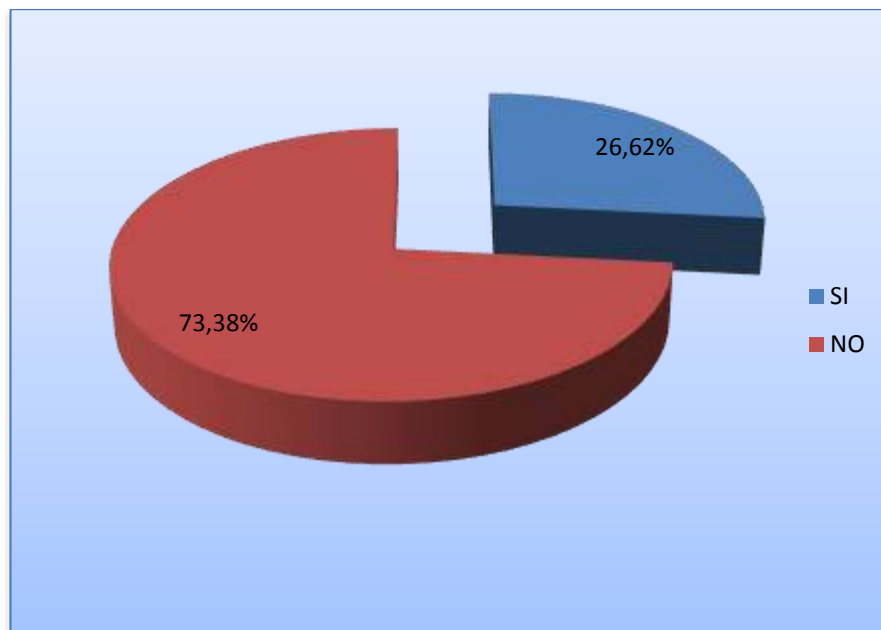
7. ¿Usted tiene conocimiento sobre Marketing Municipal? (explique)

**CUADRO N° 7**  
**CRITERIO SOBRE MARKETING MUNICIPAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	37	26,62%
NO	102	73,38%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

**GRAFICO N° 7**  
**CRITERIO SOBRE MARKETING MUNICIPAL**



Fuente: autoridades del Concejo Municipal  
Elaborado: Autor

**INTERPRETACION:**

El 26,62% de los encuestados manifestaron que si tienen conocimiento de lo que es marketing municipal; mientras que el 73,38% no tienen conocimiento sobre este tipo de marketing.

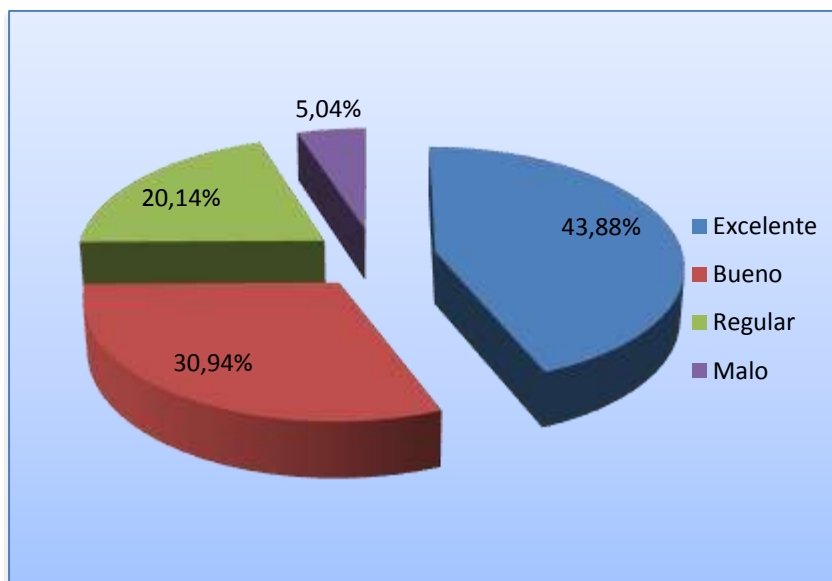
8. ¿Según su criterio cómo califica la estructura orgánica administrativa del Municipio? (por qué)

**CUADRO N° 8**  
**CALIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
<b>Excelente</b>	61	43,88%
<b>Bueno</b>	43	30,94%
<b>Regular</b>	28	20,14%
<b>Malo</b>	7	5,04%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 8**  
**CALIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**



Fuente: Empleados y trabajadores del Gobierno Municipal  
Elaborado: Autor

## **INTERPRETACIÓN:**

El 43,88% consideran que es excelente la estructura orgánica del Municipio, debido a que está bien organizado, se cumple con todo lo dispuesto, quienes están al frente de un cargo tienen experiencia y están en constante capacitación; el 30,94% explicaron que es bueno por que abarca en su totalidad las necesidades que requiere sus empleados y trabajadores, ha existido en gran parte la reubicación del personal en varios departamentos; el 20,14% manifestaron que es regular por que no se lo aplica en su totalidad, no hay concordancia de labores, falta de confianza y comunicación entre departamento; y el 5,04% juzgaron como malo porque no está bien estructurado, el personal no se encuentra en su debido puesto, por lo que no se cumple con todo que se establece en el organigrama.

## **¿Sugerencias?**

Los empleados y trabajadores contribuyeron con las siguientes sugerencias:

- Que no exista prioridades o discriminación del personal
- Que se cumpla el organigrama estructural y funcional con absoluto respeto a las actividades de cada servidor
- Capacitación permanente al personal
- Que exista respeto y colaboración entre compañeros.
- Que se ubique al personal de acuerdo a su nombramiento
- Mejorar la remuneración económica al personal que trabaja como oficinistas

## F.4. ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN CELICA

### 1. ¿Cómo le pareció el accionar Municipal de la Antigua Administración? (por qué)

CUADRO Nº 1

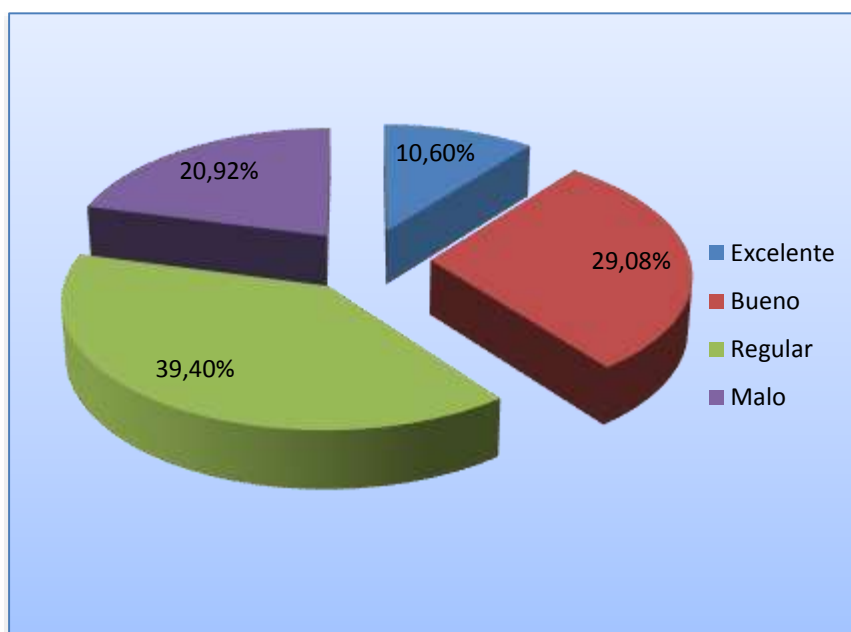
#### CRITERIO DE LA ADMINISTRACIÓN ANTERIOR

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Excelente	39	10,60%
Bueno	107	29,08%
Regular	145	39,40%
Malo	77	20,92%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

GRÁFICO Nº 1

#### CRITERIO DE LA ADMINISTRACIÓN ANTERIOR



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## **INTERPRETACIÓN:**

El 10,60% de los encuestados revelaron que fue excelente, debido a que el Alcalde trabajo en beneficio del pueblo, se dedicó en ayudar a diferentes sectores del Cantón, ha realizado varias obras como en la remodelación del parque central, colaboró en las diferentes comunidades en la ampliación de vías, cuidado de sus parques, además ayudó a conseguir trabajo en esta institución a varias personas como profesores municipales para que trabajen en los barrio urbano marginales de las diferentes comunidades; 29,08% explicaron que fue bueno porque se preocupó en ayudar a sus comunidades y ha realizado varios trabajos para el adelanto de sus Parroquias, cumpliendo en la realización de varias obras como el mantenimiento de la vía Pózul – Celica, adoquinado de algunas calles, construcción de canchas múltiples, banda de guerra en la escuela de niñas de Pózul, ayudó en el fortalecimiento y desarrollo municipal, mejorando los diferentes servicios; mientras que el 39,40% comentaron que fue regular por qué no se observó buenos resultados, en cierta parte si colaboro en la realización de algunas obras claro que en las comunidades urbano marginales no se preocupó en nada, y que mucho tiempo en el poder no cumplió con lo que el pueblo esperaba, solo se preocupó por su vida personal y descuido de sus comunidades ya que en los barrios urbanos del Cantón existió la preferencia de personas y solo se dedicó a trabajar por sectores; y el 20,92% declararon que fue mala debido a que el Alcalde empezaba con la realización de alguna obra y nunca la culminó, en muchos casos prometió y jamás cumplió, que se dedicó a trabajar solo con un grupo de personas de carácter beneficiario y

que jamás tomó en cuenta a toda la población, que en los 16 años de periodo no se observó desarrollo alguno en este Cantón, solo obras mal estructuradas con el fin de apoderarse del resto de presupuesto para fines personales.

**2. ¿De la presente Administración Municipal como cataloga su accionar? (por qué)**

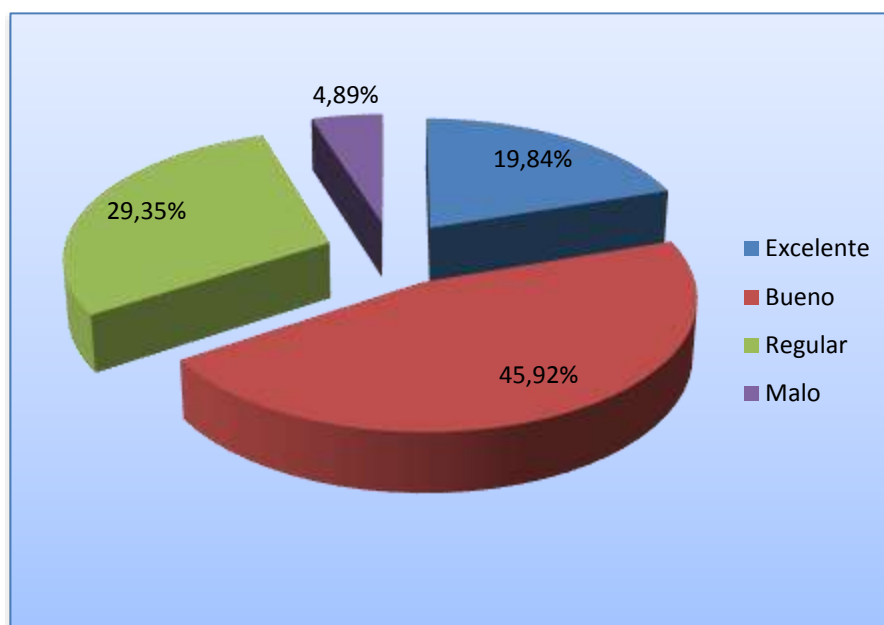
**CUADRO N° 2  
CRITERIO DE LA ACTUAL ADMINISTRACIÓN**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	73	19,84%
<b>Bueno</b>	169	45,92%
<b>Regular</b>	108	29,35%
<b>Malo</b>	18	4,89%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## GRÁFICO Nº 2

### CRITERIO DE LA ACTUAL ADMINISTRACIÓN



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

#### INTERPRETACIÓN:

El 19,84% de los encuestados manifestaron que es excelente, debido a que el Alcalde si se ha preocupado por trabajar en las diferentes Parroquia, está atendiendo a sus comunidades en la realización de varias obras como en la construcciones de baterías sanitarias, en las reconstrucciones de centros escolares y ayudó en la confrontación de los gobiernos comunales como entidades de gestión y control social, manifiestan que ya era hora que un Alcalde se preocupara por trabajar por su pueblo, y que está gestionando muy bien esperan que siga adelante con su administración y en la ejecución de las obras que ha prometido; el 45,92% de las personas opinaron que es bueno porque en el corto período que va en la administración es bien organizado y las gestiones que realiza van en benéfico de la colectividad, busca el bienestar de todos y se ha preocupado en especial por los barrios



urbano marginales auxiliando en la ampliación de vías y lastrados de las mismas, abastecimiento de agua potable en varios sectores, y sobre todo colaboró en la conformación de empresas y al ecoturismo como alternativas generadoras de recursos para mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón; mientras que el 29,35% explicaron que es regular porque está recién empezando y tiene poca experiencia por el momento no se ha visto algún adelanto, no existe la coordinación con el pueblo por lo que no se enteran de lo que vienen realizando, existe mucho personal, y que el dinero se va solo en sueldos, en algunos sectores está ejecutando obras las mismas que no van en beneficio de todo el Cantón, por lo que sugieren mejoramiento del mismo; y el 4,89% juzgaron que es malo porque ya mismo cumple dos años en el cargo y no se ve ningún adelanto en el Cantón, además solo se preocupa por algunas comunidades y rara vez visita estos sector, además deja en su reemplazo al subordinado, el cual no sabe cómo realizar las gestiones que se encuentran pendientes, no se ve ninguna obra y tiene poca experiencia para administrar el mismo que demuestra preocupación, además realiza varias gestiones fuera del país pero no las ejecuta como es debido.

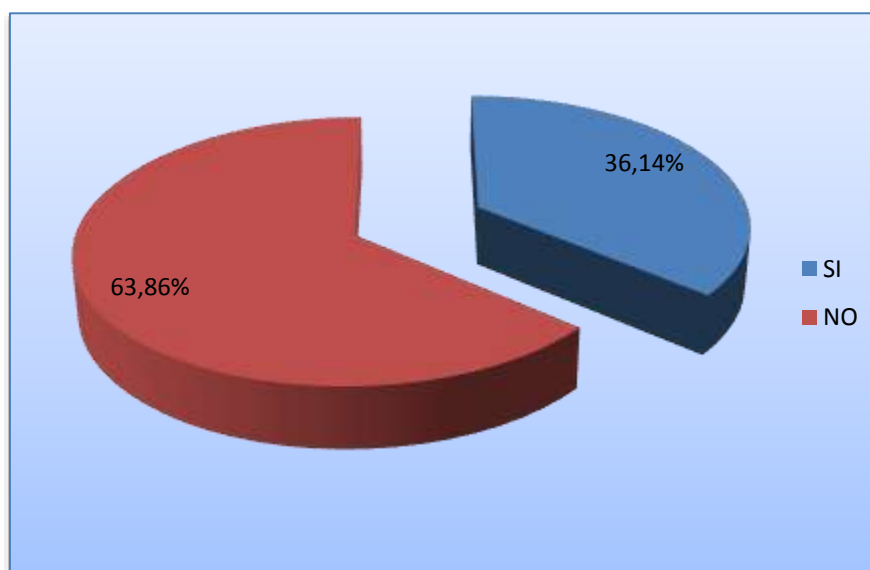
3. ¿Conoce Ud. las funciones que realiza el Municipio? (indique cuales)

**CUADRO N° 3**  
**CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	133	36,14%
NO	235	63,86%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 3**  
**CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**INTERPRETACIÓN:**

El 36,14% de los encuestados declararon que si conocen las funciones que tiene el Municipio, para lo cual citaron algunas de ellas:

- Gobernar y fiscalizar obras
- Velar y gestionar para un desarrollo sustentable de nuestro Cantón.
- Desarrollar convenios con otras entidades públicas para realizar obras
- Ayudar al progreso de sus comunidades, en la creación de fuentes de empleo.
- Trabajar en beneficio del Cantón en especial de sus comunidades,
- Mayor estabilidad económica,
- Contribuir en los eventos sociales de sus comunidades,
- Dar a conocer su administración con el fin de dar mayor prioridad a sus actos
- Trabajar en beneficio de sus comunidades,
- Prestar servicios de calidad a la ciudadanía
- Luchar por el mejoramiento del Cantón
- Planificar e impulsar el desarrollo físico del Cantón en las áreas urbanas y rurales.
- Coordinar acciones con otras entidades para mejorar la cultura, educación y la asistencia social,
- Fomentar el desarrollo económico y productivo con la participación activa de la ciudadanía,

Mientras que el 63,86% de las personas revelaron que no conocen las diferentes funciones que presenta el Municipio, comentaron que la institución debería preocuparse por dar a conocer sus funciones a toda la ciudadanía del Cantón.

**4. ¿Cuáles son los servicios que le brinda el Gobierno Municipal a su comunidad? ( marque con una X)**

**SERVICIOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL**

CONTENIDO	PARROQUIAS DEL CANTÓN CELICA				
	Célica	Pòzul	Sabanilla	Cruzpamba	Tente. Maximiliano Rodríguez
Agua potable	X	X			
Alcantarillado	X	X	X	X	X
Vías de acceso	X	X	X	X	X
Cementerio	X	X			
Camal	X				
Mercado Municipal	X				
Recolección de Basura	X	X	X	X	
Limpieza de calles	X	X	X	X	X
Centro de Desarrollo Infantil					
Centro de Apoyo Escolar	X	X	X	X	X
Centro Psicopedagógico					
Biblioteca	X	X	X	X	X
Transporte Estudiantil	X				
Unidad Médica	X				
Cuerpo de Bomberos	X				
Comedor	X				
Ancianato					
Proyecto Ambulatorio					
Grupo de Danza música folklórica	X		X		
Curso de guitarra, pintura y música	X	X			
Vivero Municipal	X				
Campeonato Inter Jorgas	X	X			
Atención a la Población en el Municipio	X	X	X	X	X

Fuente: Población del cantón Célica  
Elaborado: Autor

## INTERPRETACIÓN:

De las encuestas aplicadas el Gobierno Municipal brinda sus servicios de acuerdo a los habitantes que existen en sus Parroquias, como se puede observar que los que tienen mayores beneficios son las personas que habitan en la cabecera Cantonal, por lo que la institución debería dar mayores beneficios a sus comunidades sin la discriminación de los sectores urbano marginales.

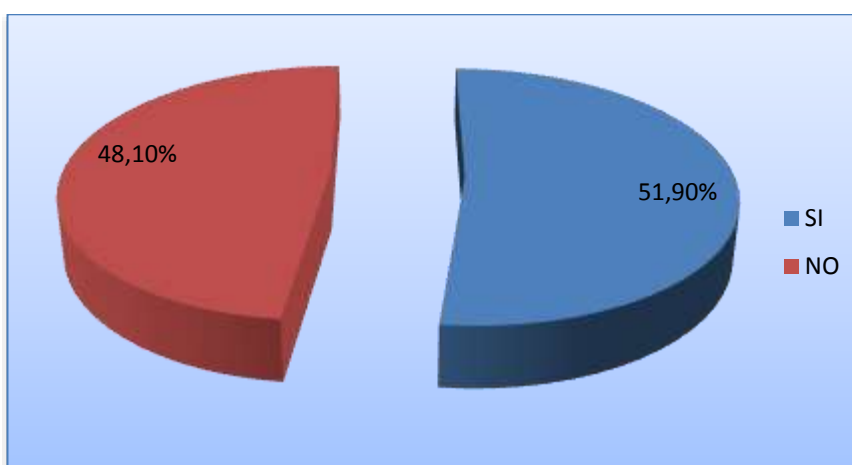
### 5. ¿Los servicios públicos que efectúa el Municipio cubren con las necesidades de su comunidad? (por qué)

**CUADRO Nº 5  
CRITERIO SOBRE LOS SERVICIOS PUBLICOS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	191	51,90%
NO	177	48,10%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO Nº 5  
CRITERIO SOBRE LOS SERVICIOS PUBLICOS**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## **INTERPRETACIÓN:**

El 51,90% explicaron que si cubre las necesidades de su comunidad, debido a la buena gestión que viene desempeñando el Alcalde, lo identifican como una persona muy responsable que vela por el bienestar de toda la ciudadanía, ha realizado varias obras como implementación de vías de acceso, mantiene limpias las calles, excelente iluminación en los parques y canchas múltiples; también se ha contratado personal para la recolección de basura de los hogares, ha mejorado la vía Celica - Cruzpamba - Maximiliano Rodríguez – Sabanilla; mientras que el 48,10% de la población comentaron que no cubren en su totalidad, hay Parroquias que afirman que solo se preocupa por ayudar en algunos sector, es por ello que existen algunas lámparas en parques que no son reparadas, vías de acceso en pésimas condiciones y que la institución no cuenta con los implementos (maquinaria y personal) adecuados para otorgar servicios de calidad a la ciudadanía.

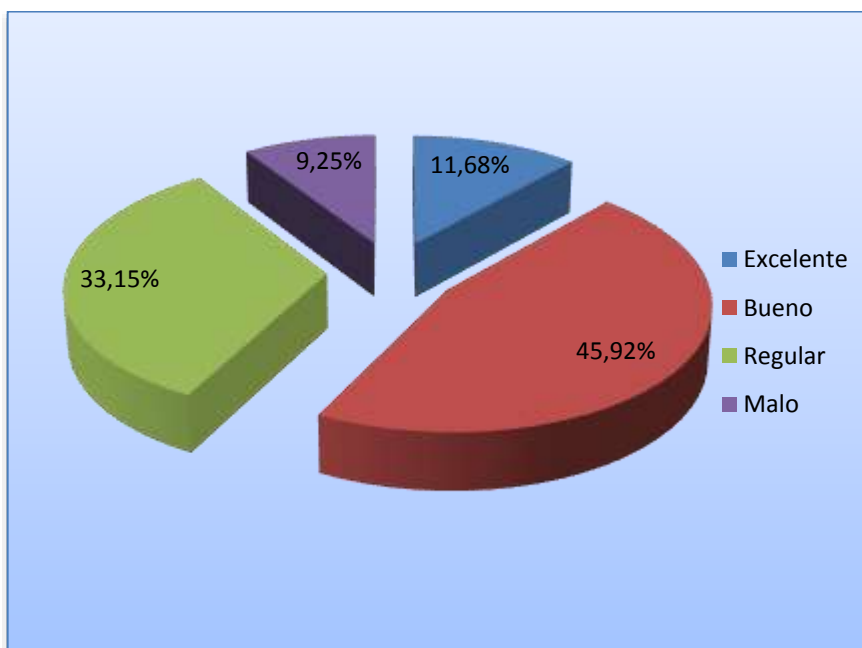
6. ¿Según su criterio la atención que le brinda el Personal del Municipio es? ( por qué)

**CUADRO N° 6  
CRITERIO DE ATENCIÓN DEL PERSONAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Excelente	43	11,68%
Bueno	169	45,92%
Regular	122	33,15%
Malo	34	9,25%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 6  
CRITERIO DE ATENCIÓN DEL PERSONAL**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## **INTERPRETACIÓN:**

El 11,68% de las personas explicaron que es excelente, debido a que el personal que labora en esta institución da un buen trato al usuario sin la distinción de personas, por lo que son eficiente en la agilidad de los trámites, los mismos que brindan confianza y que lo realizan de forma amable, además que la mayoría son profesionales los cuales brindan una atención de calidad al usuario; el 45,92% manifestaron que es bueno porque el Municipio cuenta con un personal calificado no tienen preferencia de persona alguna, explican de la manera más entendible, de buen carácter por lo que al momento de ayudar en los trámites lo realizan de forma atenta y muy cordial; mientras que el 33,15% comentaron que es regular porque algunos empleados se manejan un carácter nada agradable, existe falta de profesionalismo, no hay un buen trato, poco interés a los trámites, no tienen paciencia y lo realiza al apuro tienen que ser más educados, se debe mejorar en algunos departamentos, porque en cierta parte el personal no brinda una buena atención la realizan de forma nada aceptable (mal carácter, poca paciencia y pereza), es decir tienen poca cultura para atender razón por la cual no existe el trato adecuado hacia la ciudadanía, debería capacitar a todo el personal para que pueda existir una buena imagen de su accionar; y el 9,25% juzgaron que es malo debido a que el personal es ineficiente que no saben atender como es debido, no existe el respeto al usuario ya que al momento de atender lo realizan de la manera pésima, además que en su mayoría es gente profesional y no hacen útil su grado de



preparación debe existir mayor control y reubicación en algunos puestos de trabajo.

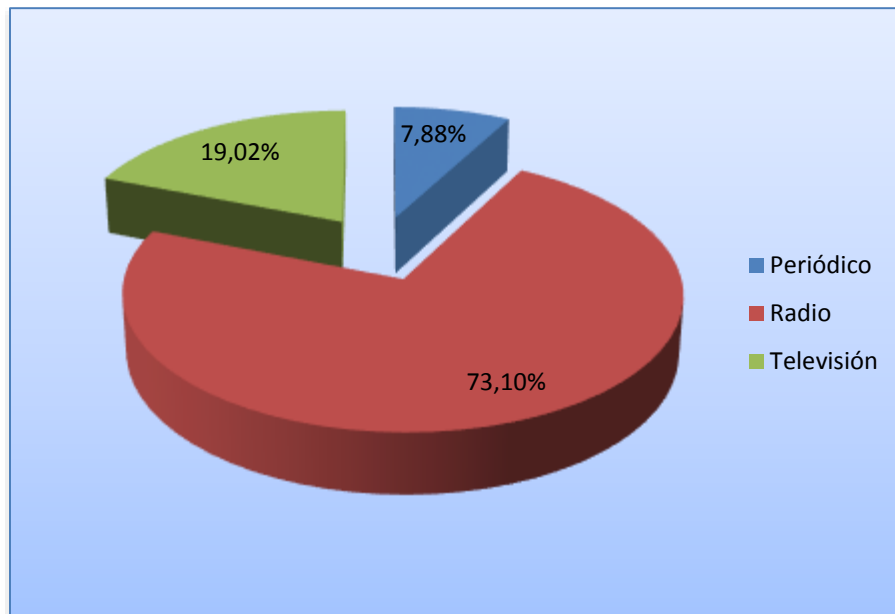
**7. ¿Qué medio de comunicación utiliza Usted con mayor frecuencia?**

**CUADRO Nº 7  
MEDIO DE COMUNICACIÓN**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Periódico	29	7,88%
Radio	269	73,10%
Televisión	70	19,02%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO Nº 7  
MEDIO DE COMUNICACIÓN**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## INTERPRETACIÓN:

El 7,88% de la población revelaron que utilizan la prensa escrita (periódico); el 73,10% votaron que utilizan frecuentemente el medio radial; y el 19,02% acuden a los medios televisivos.

## 8. ¿Cómo se llama este medio?

### Utilizan Prensa Escrita:

**CUADRO N° 8,1**  
**PRENSA ESCRITA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Periódico la Hora	29	100%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 8,2**  
**PRENSA ESCRITA**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## INTERPRETACIÓN:

De las personas que utilizan la prensa escrita, el 100% adquieren el periódico la Hora, mediante este medio se enteran las noticias de su Cantón y Provincia, es el único periódico que llega a este sector, y se les facilita porque lo adquiere en el mercado local a un precio muy accesible.

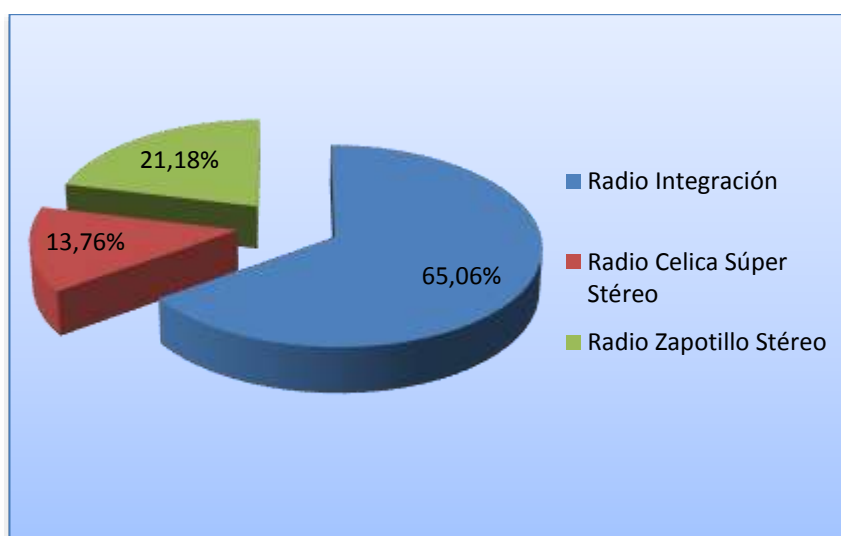
### Utilizan Radio:

**CUADRO N° 8,2**  
**FRECUENCIAS RADIALES**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Radio Integración	175	65,06%
Radio Celica Súper Estéreo	37	13,76%
Radio Zapotillo Estéreo	57	21,18%
<b>Total</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 8,2**  
**FRECUENCIAS RADIALES**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

### **INTERPRETACIÓN:**

De las personas que utilizan el medio radial, el 65,06% comentaron que sintonizan la Radio Integración (Alamor) por su buena programación y tiene amplia señal, el mismo que permite enterarse de las noticias del Cantón y Provincia, mientras que el 13,76% utilizan la programación que ofrece Radio Celica Súper Stéreo; y el 21,18% declararon que sintonizan la Radio Zapotillo Stéreo.

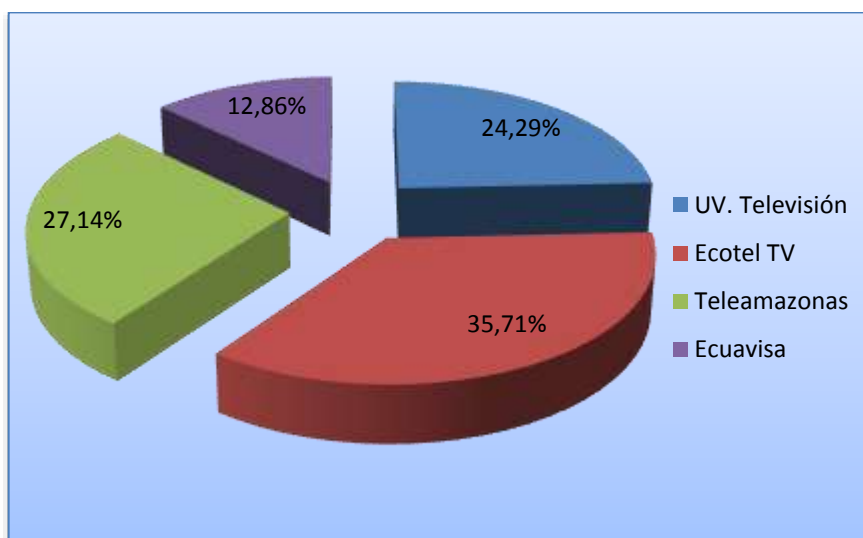
### **Utilizan Televisión:**

**CUADRO N° 8,3**  
**CANALES TELEVISIVOS**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>UV Televisión</b>	17	24,29%
<b>Ecotel TV.</b>	25	35,71%
<b>Teleamazonas</b>	19	27,14%
<b>Ecuavisa</b>	9	12,86%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 8,3**  
**CANALES TELEVISIVOS**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**INTERPRETACIÓN:**

El 24,29% comentaron que utilizan la programación que imparte el canal UV Televisión; mientras que el 35,71% manifestaron que programan el canal Ecotel TV por que les brinda información sobre los hechos que ocurren a nivel local y nacional; el 27,14% comentaron que utilizan el canal Teleamazonas; y el 35,71% programan el canal de Ecuavisa.

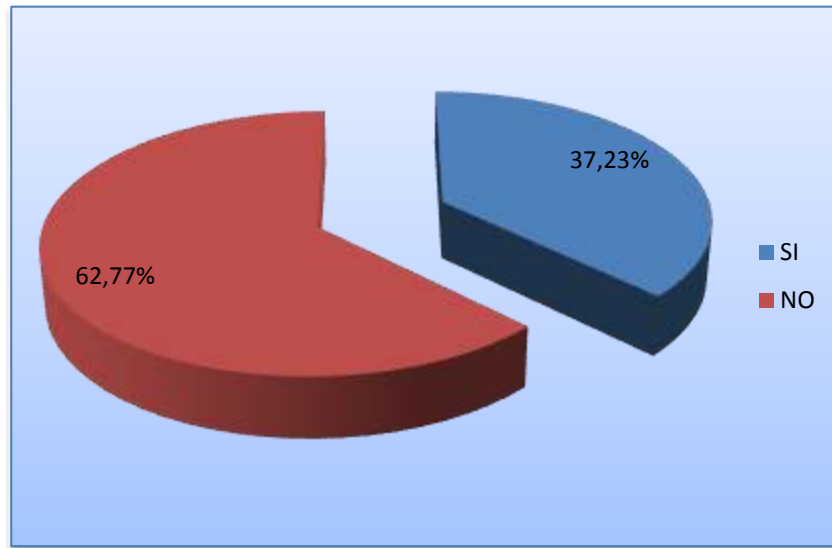
**9. ¿Conoce Usted. si existe un espacio informativo por parte del Municipio para dar a conocer la administración que desempeña?**

**CUADRO N° 9**  
**EXISTENCIA DE ESPACIO INFORMATIVO**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
<b>SI</b>	137	37,23%
<b>NO</b>	231	62,77%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 9  
EXISTENCIA DE ESPACIO INFORMATIVO**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

#### **INTERPRETACIÓN:**

El 37,23% de la población revelaron que conocen sobre la existencia de este espacio informativo; mientras que el 62,77% comentaron que no tiene conocimiento sobre este espacio que presenta el Municipio, y sostienen que el Alcalde se comprometa en dar mayor interés a este asunto, se debería transmitir por los diferentes medios de comunicación para poder enterarse del accionar administrativo que viene ejecutando

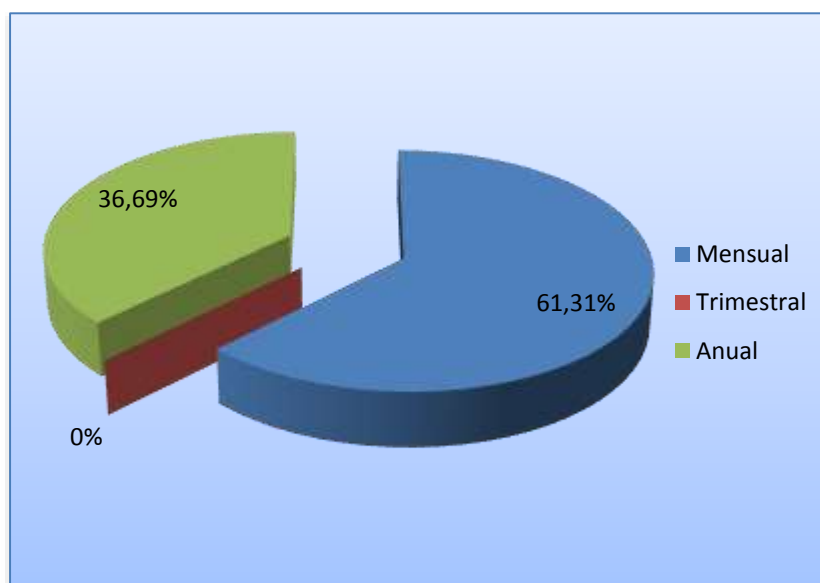
10. Si su respuesta es afirmativa ¿indique cada que tiempo se le informa?

**CUADRO N° 10**  
**TIEMPO DE INFORMACIÓN**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Mensual	84	61,31%
Trimestral	0	0%
Anual	53	36,69%
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

**GRÁFICO N° 10**  
**TIEMPO DE INFORMACIÓN**



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## INTERPRETACIÓN

Cabe mencionar que las personas que declararon que si tiene conocimiento sobre este espacio informativo, el 61,31% comentaron que la institución les comunican de forma mensual, los mismos que solicitan que se lo realice de manera más seguida (semanalmente); mientras que el 36,69% opinaron que les anuncian de manera anual, sugieren que se lo realice en un horario de preferencia (nocturno).

### 11. ¿Los espacios informativos que ofrece el Municipio son? (por que)

**CUADRO N° 11**  
**CRITERIO DE LOS ESPACIOS INFORMATIVOS**

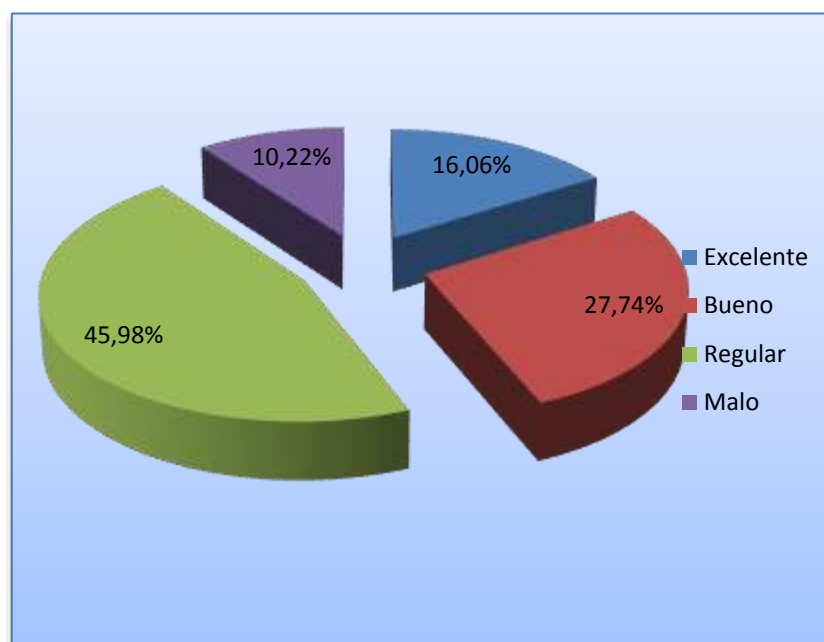
VARIABLE	FRECUENCIA	%
<b>Excelente</b>	22	16,06%
<b>Bueno</b>	38	27,74%
<b>Regular</b>	63	45,98%
<b>Malo</b>	14	10,22%
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor



## GRÁFICO N° 11

### CRITERIO DE LOS ESPACIOS INFORMATIVOS



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

#### **INTERPRETACIÓN:**

El 16,06% manifestaron que estos espacios informativos son excelentes debido a que se le informa de todos los acontecimientos que en realidad vive el municipio, están conformes sobre las actividades que realiza la institución, estos informes son entendibles, opinan que se lo debería realizar de orden semanal (fin de semana); el 27,74% lo califican como bueno porque siempre dan a conocer sobre lo que sucede de manera interna y externa de la institución, también de lo que viene realizando la institución en beneficio de su Cantón, además los informes son de carácter entendible y verídicos, que se los debería realizar de forma más seguida en un horario de preferencia en la noche; mientras que el 45,98% revelaron que son de forma regular por qué no son claros al momento de dar a conocer sobre lo que realmente vive

la administración municipal, jamás trata el tema puntual no se la realiza de forma detalla y solo transmiten programas que les convienen y no de orden administrativo como en asuntos presupuestarios, tienen que mejorar e informar de manera más seguida; y el 10,22% califican como malos o pésimos porque no tratan los temas de mayor importancia solo a conveniencia de ellos, son programas largos y nada aceptables, comentan que debe existir respeto hacia la ciudadanía sobre las gestiones y obras que viene ejecutando.

**12. ¿Por medio de quien solicita se le atiendan las necesidades insatisfechas en su comunidad?(por qué)**

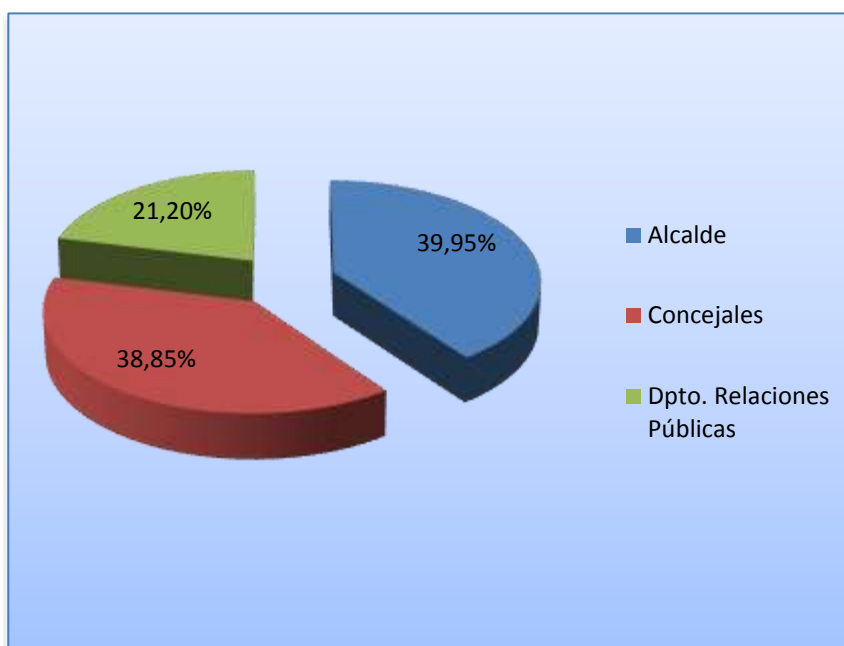
**CUADRO N° 12  
AUTORIDADES DEL GOBIERNO MUNICIPAL**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Alcalde</b>	147	39,95%
<b>Concejales</b>	143	38,85%
<b>Dpto. Relaciones Públicas</b>	78	21,20%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

## GRÁFICO N° 12

### AUTORIDADES DEL GOBIERNO MUNICIPAL



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

#### INTERPRETACIÓN:

El 39,95% de la población declararon que lo realizan de forma directa hacia el Alcalde, debido a la facilidad de localizarlo, prefieren solicitar personalmente, porque es una excelente persona, el mismo que los atiende de inmediato y de la forma más cordial, de tal manera que les ayuda a solucionar los problemas que se presentan en las comunidades; mientras que el 38,85% lo realiza por medio de sus Concejales debido a que se puede acceder al diálogo rápidamente y porque son personas muy responsables y trabajan en beneficio de sus comunidades, de manera en especial con el Concejal delegado de su comunidad, es una excelente persona y les ayuda en gestionar alguna obra o servicio que requieran de la manera más oportuna, hoy en día tienen su propio departamento el cual

facilita la localización de los mismos; y el 21,20% optan por acudir al Departamento de Relaciones Públicas, debido a que en varias ocasiones no tienen el acceso directo de comunicación con el Alcalde o Concejales, manifiestan que son personas muy ocupadas y que en algunos momentos no dan mayor interés a lo que se les propone, de esta manera acuden de forma directa hacia este departamento para que les ayuden a coordinar alguna obra o servicio que se requiera.

**13. Según su criterio ¿cómo observa la Imagen Municipal? (por que)**

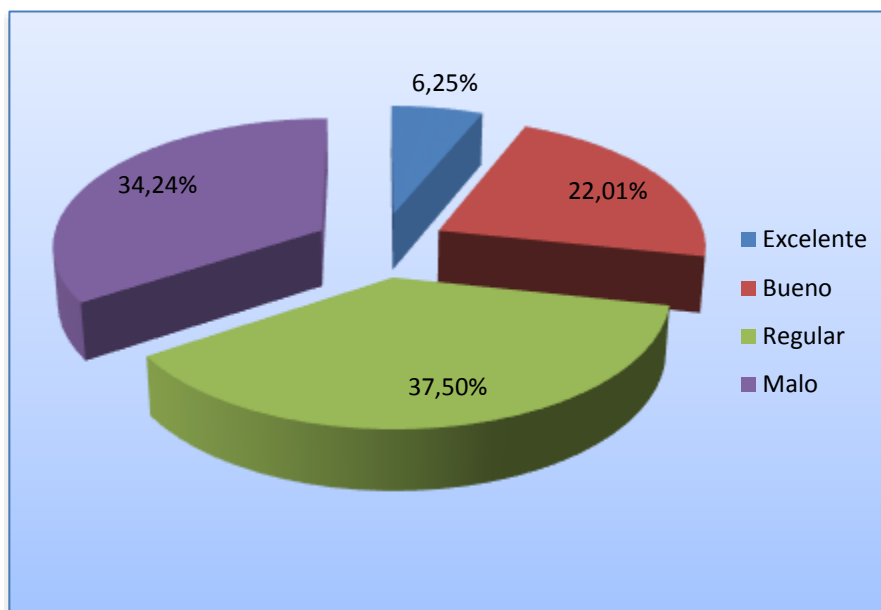
**CUADRO Nº 13  
CRITERIO DE IMAGEN MUNICIPAL**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	23	6,25%
<b>Bueno</b>	81	22,01%
<b>Regular</b>	138	37,50%
<b>Malo</b>	126	34,24%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

### GRÁFICO N° 13

#### CRITERIO DE IMAGEN MUNICIPAL



Fuente: Población del Cantón Celica  
Elaborado: Autor

#### INTERPRETACIÓN:

El 11,14% de los encuestados declararon que es excelente la imagen municipal, debido a que la autoridad busca el porvenir de toda la ciudadanía, por lo que vienen realizando una labor muy aceptable, han existido varios cambios tanto en el personal como en la infraestructura interna y externa, cuentan con personal calificado ocupando su cargo y desempeñando su labor cotidiana de la mejor manera; mientras que el 31,25% comentaron que es bueno porque en el poco tiempo que lleva en la administración se ve que va progresando la institución, lo califican al Sr. Alcalde como una persona colaboradora, el mismo que realiza gestiones en diferentes ciudades, se ha visto varios cambios no solo en la institución si no en todas sus comunidades, por el momento no se ha observado fraudes o injusticias; el 38,32% de las personas manifestaron que es regular por qué no se ve un

buen interés de atención, tiene que mejorar su infraestructura, remodelación de sus departamentos e implementación de carteles interna y externamente en la institución, además el Alcalde no se encuentra en su puesto de trabajo, en gran parte tiene distintas formas de trabajar, el personal tiene que poner mayor interés en sus labores diarias; y el 19,29% de las personas explicaron que es malo porque no tiene presentación, trabajan personas que no están acorde a su grado de conocimiento, personal mal distribuido y también porque no existe ningún letrero o cartel en el que conste el nombre de la municipalidad con su respectivo logotipo, algunos rótulos o leyendas no se encuentran ubicados en su debido departamento y en otros ni existen, por otra parte el personal encargado del aseo le da poco interés a la limpieza y en ciertas ocasiones el personal abandona su lugar de trabajo, se debe dar mayor control a toda esta situación y de esta manera exista una mejor imagen de la institución.

# DISCUSIÓN

## **f. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

Para determinar cómo presta actualmente los servicios el Gobierno Municipal del Cantón Célida. Fue necesario realizar un diagnóstico situacional con el principal objetivo de localizar y analizar las falencias existentes a distintos niveles internos y externos de la institución; cabe recalcar que para este diagnóstico se tomó la información de los resultados de las entrevistas y encuestas, de esta manera poder llegar a un análisis integral de la institución.

### **g.1. FACTORES EXTERNOS**

En el análisis externo se requiere estudiar y evaluar el escenario contextual político, económico, social, tecnológico y ambiental.

#### **a) Sector político:**

El entorno político no ha cambiado, se mantiene en crisis, así observamos que el poder legislativo ha perdido un espacio importante como mediador entre la función ejecutiva y la sociedad, al igual que el poder judicial que carece de credibilidad, como consecuencia de los hechos de corrupción protagonizados por autoridades y empleados.

Como consecuencia de la inestabilidad política ha surgido un ambiente de insatisfacción general muy marcada, llegando incluso a estar en peligro la vida democrática de la nación. El sector político actualmente se encuentra en un proceso de transición, hacia el sector socialista por ende estos factores pueden presentar amenazas y oportunidades claves para las instituciones educativas, entre estas tenemos.

#### **La Educación y sus reformas a la Constitución Política del país.**



La actual Constitución política de la República del Ecuador, expresa en el “Art. 26. La Educación es derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo”<sup>10</sup>.

### **Regulación de la educación tanto en instituciones educativas fiscales y particulares.**

En esta perspectiva, el Estado ecuatoriano no puede ni debe renunciar a la administración, supervisión, evaluación, control y regulación de la educación particular, fisco misional y religiosa, bajo ningún punto de vista.

Como lo indica el “Art. 343. El estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad educativa nacional, que formulará la política nacional de educación así mismo regulará y controlará las actividades relacionadas con la educación, así como el funcionamiento de las entidades del sistema

### **Evaluación de docentes para garantizar la calidad académica.**

Los grandes procesos de reforma que se han dado en nuestro país y el ámbito nacional han enfatizado en la capacitación y mejoramiento de las condiciones de los maestros. Uno de ellos es un proyecto de actualización de maestros a distancia, mediante, la aplicación de las técnicas y procedimientos más avanzados, este objetivo compromete a todos los profesores del país, a la propia estructura del Ministerio y además a las universidades que realicen programas en Ciencias de la Educación.

---

<sup>10</sup>Constitución Política del Ecuador 2008, Título Segundo, Sección Quinta, pág. 17.

Educar es una tarea política en el sentido amplio de la palabra. Otra cosa distinta es cuando se hace una utilización interesada de la educación. No se puede imponer a todos lo que piensan unos pocos.

Como lo indica el “Art. 345. Existirá una institución pública, con autonomía de evaluación integral interna y externa, que promueva la evaluación.”<sup>11</sup>

En nuestra provincia, la política nacional ha excluido y postergado la ejecución de políticas educativas, los grandes desafíos de la educación solo han podido cumplirse en parte, se mantienen como demandas sociales y persisten como requerimientos urgentes.

#### **b) Sector Económico**

La economía ecuatoriana ha tenido que enfrentar en los últimos años duras crisis, ocasionadas fundamentalmente por la no relación o coherencia entre las políticas de estabilización fiscal y monetaria, debido a la carencia de políticas de Estado como factor predominante y a la presencia de situaciones de inestabilidad en el orden político nacional”<sup>12</sup>.

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina y experimentó un crecimiento promedio del 4,6% entre 2000 y 2006. En enero del 2009, el Banco Central del Ecuador (BCE) situó la previsión de crecimiento del 2010 en un 6,88%.

Los indicadores que se mantienen en nuestra realidad tenemos:

- **La Pobreza:**

La pobreza en el Ecuador supera a la de 1999, que fue del 36%, pero es menor que cuando se produjo el feriado bancario, cuyo índice se situó sobre

---

<sup>11</sup> Constitución Política del Ecuador 2008, Título VII, Capítulo Primero Sección Primera, pág. 115-116.

<sup>12</sup> ODEPLAN, Plan Estratégico de Desarrollo y seguridad Nacional Ecuador 2000-2025. pág.114.

el 55%. Hoy día, el 38% de los ecuatorianos (4,9 millones de habitantes, de los 13 millones) vive en situación de pobreza, de los cuales el 12% (1,56 millones) sufre extrema pobreza.

La tasa de pobreza extrema ha disminuido significativamente entre 1999 y el 2010. En el 2001 se estimó en un 40 % de la población, mientras que para el 2010 la cifra bajó a un 16,5 % del total de la población. Esto se explica en gran parte por la emigración, así como la estabilidad económica lograda tras la dolarización. Las tasas de pobreza eran más elevadas para las poblaciones indígenas, afro-descendientes y rurales, alcanzando al 44% de la población nativa.

La pobreza absoluta es la experimentada por aquellas personas que no disponen de los alimentos necesarios para mantenerse sanos; las personas que no pueden acceder a una educación o a servicios médicos deben ser considerados en situación de pobreza, aunque dispongan de alimentos. La falta de oportunidades educativas es otra fuente de pobreza, ya que una formación insuficiente conlleva menos oportunidades de empleo.

“La economía de la provincia de Loja es la doceava del país, experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007. Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3% durante el mismo”<sup>13</sup>.

Los índices de pobreza rural se encuentran entre el 70 % y el 77 %, y en la zona urbana van desde el 17 % al 60%. De estos porcentajes se deduce que la población sufre de varias carencias, tanto en salud, vivienda, educación y empleo. Estos índices son aún más dramáticos en los sectores rurales, especialmente en las comunidades indígenas, cuenta con un menor número

---

<sup>13</sup> [www.loja.gov.ec](http://www.loja.gov.ec).

de años de educación o simplemente nunca alcanzó a tenerlos ni en su más mínima expresión. La crisis económica impacta el sector educativo, se registra una disminución en la matrícula, por la salida de jóvenes que prefieren buscar un trabajo para obtener un ingreso que les ayude a solventar sus necesidades.

Los hogares sufren con dureza los efectos de las crisis, y comienzan a recortar gastos de donde sea, incluyendo el ámbito escolar.

La situación se agrava, sobre todo, en aquellos hogares en los que alguno de los padres se ha quedado sin empleo. La crisis económica que está afectando a las nuevas generaciones, al provocar que miles de estudiantes de bajos o regulares recursos de ingresos que estudiaban en instituciones privadas, ahora emigren hacia las públicas.

### **c) Sector Social**

La situación de la educación es dramática, caracterizada, entre otros, por los siguientes indicadores: persistencia del analfabetismo, bajo nivel de escolaridad, tasas de repetición y deserción escolares elevadas, mala calidad de la educación y deficiente infraestructura educativa y material didáctico. Los esfuerzos que se realicen para revertir esta situación posibilitarán disponer de una población educada que pueda enfrentar adecuadamente los retos que impone el actual proceso de apertura y globalización de la economía.

La deserción escolar genera elevados costos sociales, entre ellos se mencionan los que derivan de disponer de una fuerza de trabajo menos competente y más difícil de calificar, cuando las personas no han alcanzado

ciertos niveles mínimos de educación para aprovechar los beneficios de programas de entrenamiento ofrecidos por el Estado o por las empresas, y cuya manifestación extrema es el analfabetismo.

La necesidad de trabajar obliga a muchos niños y adolescentes a interrumpir o abandonar sus estudios; en el país apenas uno de cada cinco adolescentes trabajadores puede estudiar y trabajar a la vez; mientras más pobres son las familias, mayores son las probabilidades de que los niños y niñas abandonen los estudios y se involucren en actividades productivas o asuman tareas domésticas.

Cifras sobre “el trabajo infantil señalan que 789.070 niños/as de 5 a 17 años de edad trabajan, de los cuales un 39% no están escolarizados”<sup>14</sup>.

Además, con la implementación de la educación gratuita, ha logrado que las instituciones educativas públicas tanto escolares como secundarias no requieran del cobro de aranceles y pensiones de educación a los padres de familia, y en sectores rurales y urbano marginales se amplíe cada vez más la gratuidad hasta llegar a dotar de desayunos escolares, útiles escolares y uniformes para los estudiantes. En el caso de la educación gratuita en las universidades e institutos superiores se aplica bajo responsabilidad académica que exonera únicamente los créditos que no reprobaban cada estudiante, así como servicios académicos como internet, entre otros.

En la provincia de Loja, según la UNICEF, 68% de los niños es pobre y 30% trabaja en duras condiciones, sin salario fijo y sin ninguna clase de amparo y

---

<sup>14</sup>Sistema Nacional de Estadísticas y Censos. Boletines Estadísticos, Quito 2010, pág.18.

seguridad social, niños menores de 5 años no acceden al primer año de básica y chicos entre cinco y 18 años no cuentan con educación.

Los niños y jóvenes que acuden a las escuelas municipales reciben educación gratuita. Antes los padres de familia aportaban entre 1 dólar con 65 centavos a 1 dólar con 80 centavos, valores que variaban según las condiciones económicas de las familias.

Un aspecto a considerar es el método de enseñanza que emplean los docentes para impartir sus clases. Con el método el profesor estimula sentimientos, actitudes de colaboración adecuada, comunicación eficiente, disciplina, profundidad intelectual y valorativa, modos de proceder, etc.

- **Migración**

En el Ecuador los procesos migratorios son muy fuertes tanto internos como externos. La principal causa de la migración es por los bajos ingresos económicos. La población se mueve siguiendo al capital, es decir a aquellas zonas más desarrolladas ya sea nivel regional, nacional e internacional.

La provincia de Loja se ha caracterizado por volúmenes de emigración notorios. Algunas provincias como Zamora Chinchipe y Sucumbíos se han conformado por los flujos de lojanos que se han movilizad dentro del país, y la migración internacional no es la excepción. Los inmigrantes ecuatorianos en España, los lojanos son una de las mayorías (16%) y algunos autores los destacan como los pioneros en esta migración. los migrantes de la provincia oscilan entre 100 y 150 mil en España y aproximadamente 300 mil personas en todo el mundo.

Con respecto al movimiento interno, la migración de las mujeres es importante, de hecho, estas cambian su residencia habitual con más frecuencia que los hombres y más mujeres que hombres abandonan el campo hacia las ciudades. La población migrante es netamente joven, más del 50 % son menores a 20 años y de este el 36 % son menores a 18 años.

La principal causa de migración es por la falta de trabajo en la localidad y a veces de forma temporal, luego de realizar las siembras, los jóvenes salen a trabajar en las ciudades. Los ingresos obtenidos producto de la migración lo usan para la subsistencia de la familia y una pequeña parte para el arreglo de las viviendas.

Este problema afecta, ya que muchos de los padres migrantes llegan a radicarse y llevan a sus hijos, dejando sus estudios.

- **Desempleo**

En las sociedades en las que la mayoría de la población vive de trabajar para los demás, el no poder encontrar un trabajo es un grave problema. Debido a los costes humanos derivados de la privación y del sentimiento de rechazo y de fracaso personal, la cuantía del desempleo se utiliza habitualmente como una medida del bienestar de los trabajadores.

El coste económico del desempleo es, ciertamente, alto, pero el social es enorme. Ninguna cifra monetaria refleja satisfactoriamente la carga humana y psicológica de los largos períodos de persistente desempleo involuntario. La tragedia personal del desempleo ha quedado demostrada una y otra vez.

La pérdida de un ingreso fijo, es la causa de un sin número de problemas tanto en el individuo como en la sociedad en la cual se desarrolla. Así tenemos, las siguientes:

- Deterioro de la salud física y psicológica.
- Perdida del autoestima.
- Destrucción del núcleo familiar.
- Descuido de las habilidades para el trabajo.
- Inseguridad para buscar un nuevo trabajo.
- Altos índices de deserción estudiantil (en los hijos).
- Incremento de los índices delincuenciales.
- Una de las principales preocupaciones de los gobiernos es combatir el desempleo o por lo menos mantenerlo a niveles bajos, ya que con ello se asegura que el bienestar económico vaya paralelamente con el bienestar social.

#### **d) Sector Tecnológico**

Ecuador se encuentra inmerso en la necesidad de actualizarse y desarrollar competencias que le permita avances paralelos a los restantes países hermanos; permitiendo el manejo de relaciones interculturales, tecnológicas y sociales enmarcadas en un contexto humanístico.

“La inversión en ciencia y tecnología pasó de 1’898.627,66 en el 2006 a 31’933.301, 23 en el 2009 y los resultados ya han comenzado a visibilizarse”

La perspectiva es incrementar progresivamente la inversión en ciencia y tecnología para potenciar aún más el desarrollo del país.



A través del sistema educativo nacional se debe favorecer el desarrollo de los conocimientos y las competencias necesarias para formar a las personas en los valores, principios éticos, capacidades intelectuales, habilidades instrumentales y favorecer el acceso a la información y la tecnología necesaria para poder desempeñarse en la vida presente y futura, lo que se debe es enseñar a pensar, a desarrollar los niveles de lectura comprensiva, crítica creativa y recreativa; utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para acceder y procesar la información y como un mecanismo de mejoramiento de la calidad de la educación para todos.

Podemos señalar que el acceso a la información y la misma condición a Internet y la nueva forma de interactividad y el uso de las computadoras, son recursos didácticos que permiten revolucionar la metodología de la educación, e inciden directamente en el aspecto de enseñanza. Esto modifica totalmente el medio de enseñanza, ya no se memorizan textos sino que la tecnología nos permite obtener la información actualizada para dar respuesta a cualquier problema y la aplicación de ciertos métodos estadísticos, esto puede cambiar la realidad actual ya que el estudiante obtiene nuevos saberes de acuerdo al ámbito productivo de su medio social. Nuestra provincia se encuentra inmerso en este proceso por la necesidad de actualizarse y desarrollar competencias que le permita avances paralelos a los restantes provincias; permitiendo el manejo de relaciones interculturales, tecnológicas y sociales enmarcadas en un contexto humanístico.

### **e) Sector ambiental**

Las políticas ambientales existentes dentro del país, rigen a nivel regional, son las encargadas de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con los que cuenta la región.

En la provincia de Loja la no se ha trabajado en un componente ambiental y productivo, que permita un manejo sostenible de los recursos naturales, cada vez más se acrecienta la disminución de los recursos destinados para este sector.

La gestión ambiental, producto de la inexperiencia y limitada visión, ha visto reducido su accionar a la cómoda entrega de plantas forestales, en cantidades insignificantes con respecto a los porcentajes de deforestación y superficie de la provincia.

Las condiciones de salud está dada en el sector rural básicamente por la deficiente y mala calidad de los servicios de saneamiento ambiental, la mala calidad del agua, los bajos niveles de nutrición de la población y la preparación de alimentos escasos de nutrientes para la dieta alimenticia de los niños, acompañada de un alto porcentaje de parasitosis producidos por beber aguas no tratadas, son los factores principales que pueden ocasionar la muerte<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

## g.2. FACTORES INTERNOS

### g.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL CANTÓN CELICA

**BANDERA**



**ESCUDO**



#### **Historia:**

Los primeros pobladores de este cantón son los Pózuleños, Zapo tíllanos, Pindaleños, mangahurcanos, Chaquinales, Paltaguaycos, Malacatos y Guachanamáes. Según datos históricos su presencia es a partir de 1782, luego de un sismo que destruyó la ciudad, la que fue fundada nuevamente. La ciudad de Célica está ubicada en las faldas del Pucará y fue fundada por Manuel Carrión en 1783. El gobierno del Gral. Ignacio de Veintimilla la Cantonizó el 12 de diciembre de 1878.

#### **Cultura:**

“Por su propia idiosincrasia es el Celicano respetuoso, leal y cumplidor de sus deberes, alegre en sus expresiones, totalmente de creencia católicas y celoso respecto a su persona y tierra nativa. Alguien llamó a estas características “complejos comprimidos”, sobre todo al temperamento

psíquico introvertido, reflejo del ámbito de la montaña, del sentimiento de la soledad y la grandeza telúrica que le rodea y que se transmuta en rica vida interior, pero a veces también en huraña esquividad para reclamar aquello a que se tiene derecho. Y esto ha frustrado la insistencia necesaria para la realización de las grandes obras de vialidad, singularmente abandonadas siempre por los poderes públicos (“Historia de Loja y su provincia”). Germán Carrión escribe: “Los hombres del alto en el camino para tomar café con cecina son indudablemente “chazos lojanos”, recios campesinos endurecidos por todos los rigores, inteligentes, cultos, altivos”. Un pueblo cholo muy blanco de rostro, altivo pero cordial, franco, sereno, bien equilibrado. Este es el chazo

**División política:**

**Capital:** Céllica.

**Parroquias Urbanas:** Céllica

**Parroquias Rurales:** Tente. Maximiliano Rodríguez, Cruzpamba, Sabanilla y Pòzul

**Población urbana y rural.-**

Población del área urbana.- Que para efectos del VI CENSO NACIONAL DE LA POBLACIÓN Y V DE VIVIENDA, se cataloga como tal, a aquella población que fue empadronada en el NUCLEO URBANO, de capitales

provinciales y cabeceras cantonales. Para el cantón Céllica de acuerdo al CENSO del 2001, corresponde a 3.693 habitantes.

Población de área rural.- Es aquella que fue empadronada en las Parroquias rurales (Cabeceras Parroquiales y resto de la Parroquia). Incluye, además la población empadronada en la periferia de las capitales provinciales y Cabeceras cantonales. Para el cantón Céllica de acuerdo al CENSO 2001, corresponde a 9.665 habitantes.

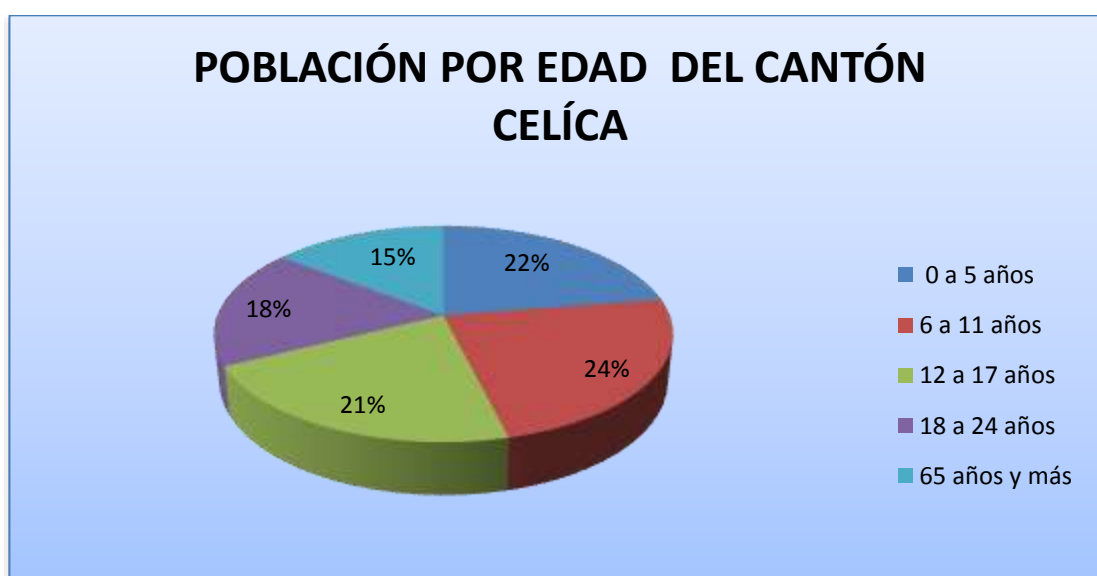
La población cantonal de Céllica es de 13.358 habitantes según el CENSO 2001, la población de las Parroquias está distribuida en el territorio cantonal el 49.50 % de la población cantonal está ubicada en la Parroquia Céllica con 6.611 habitantes; le sigue la Parroquia de Pòzul con el 24%, 3.215 habitantes; y en su orden Sabanilla con 15.60%; Cruzpamba con el 7.55% y Teniente Maximiliano Rodríguez con el 3.35%

Cuadro N° 3

### INDICADORES DEL CANTÓN CÉLICA

Sector/Indicador POBLACIÓN	Medida	Célica
<b>Población (habitantes)</b>	Número	<b>13.358</b>
<b>Estimación de la población negra rural</b>	% (población rural)	0
<b>Estimación de la población indígena rural</b>	% (población rural)	0
<b>Población – 0 a 5 años</b>	Número	1917
<b>Población – 6 a 11 años</b>	Número	2011
<b>Población – 12 a 17 años</b>	Número	1829
<b>Población – 18 a 24 años</b>	Número	1524
<b>Población – 65 años y más</b>	Número	1236
<b>Índice de feminidad</b>	Mujeres por 100 hombres	97.3

Fuente: S11SE 2003  
Período: CENSO 2001



Fuente: censo 2001

## **Situación geográfica**

**Ubicación:** El cantón Céllica está ubicado hacia el Sur – occidente de la provincia de Loja

### **Límites:**

- Norte: Puyango y Paltas.
- Sur: Macará Y Zapotillo
- Este: Sozoranga y Paltas
- Oeste: Zapotillo y Pindal

**Altitud:** 1970m.s.n.m.

**Extensión:** 517.8 Km<sup>2</sup>

**Clima:** goza de una variedad de climas como: frío, lluvioso, templado húmedo y cálido seco. **Temperatura promedio:** es de 16°C

### **Factores Biofísicos (clima y ecología).-**

Esta región accidental de la provincia de Loja, de topografía plasmada de contrastes: Azuladas montañas, verdes y profundos avalles, diversos pisos climáticos, exuberante agricultura y variada ganadería, fue fundada sobre poblados indígenas aún más antiguos a los Incas. De allí que se mantienen en exposición vestigios arqueológicos en un museo, que junto a las ruinas de una antiquísima ciudadela son muestras impresionantes de su tradición. Céllica, nombre dado por Sebastián Benalcázar en su trayecto hacia la conquista del Reino de Quito capital de los Shyris Céllica, significa celestial,

por su cielo azul turquesa, la policromía de los paisajes y la elocuencia de sus habitantes.

**Servicios Básicos:** La cabecera cantonal dispone de los siguientes servicios básicos: agua potable, alcantarillado sanitario, energía eléctrica y telefonía; no si las parroquias rurales las cuales fundamentalmente carecen de los servicios de agua potable y alcantarillado, disponiendo en su lugar de agua entubada y letrización

**Economía:** La mayoría de sus pobladores se dedican en orden de importancia a la agricultura, ganadería, comercio y un escasísimo sector a la industria del queso y panela

**Atractivos turísticos:**

Los habitantes de Céllica se caracterizan por su fortaleza indomable, su tenacidad al trabajo, su espíritu altruista y su corazón muy noble, que han hecho de este cantón un ejemplo de progreso y desarrollo en todos los ámbitos sociales. Los Monolitos de Quilluzara: en la planicie de Quilluzara, perteneciente a la parroquia Sabanilla cerca de la quebrada del Muerto se encuentra el conjunto arqueológico: Monolitos de Quilluzara, cuyas inscripciones se remontan, posiblemente, a las culturas preincaicas y hasta coloniales. A este conjunto arqueológico se le complementara de la infraestructura turística correspondiente con la restauración de la casa de hacienda existente para convertirla en hostería, a más de la dotación de



áreas complementarias para la recreación y esparcimiento a emplazarse a 100 metros del mismo.

**Fiestas tradicionales:**

- 12 de diciembre fiestas cívica aniversario de cantonización
- 29 de junio de fiesta religiosa comercial en honor a los apóstoles San Pedro y San Pablo
- 24 de noviembre fiesta religiosa comercial en honor a la Virgen del Rosario.
- Las serenatas: tanto en el medio urbano como en el rural, es una hermosa costumbre sobre todo para disfrutar de folclor musical y de las coplas. Las serenatas con las cuales jóvenes enamorados conquistan el corazón de las bellas chiquillas Celicanas, las mismas que de acuerdo a la ocasión tiene un mensaje melodioso y literario especial.

**Comidas típicas:** chanfaina, fritada, salchichas de chancho, fresco de toronche, arroz con pollo, chuleta de carne con arroz

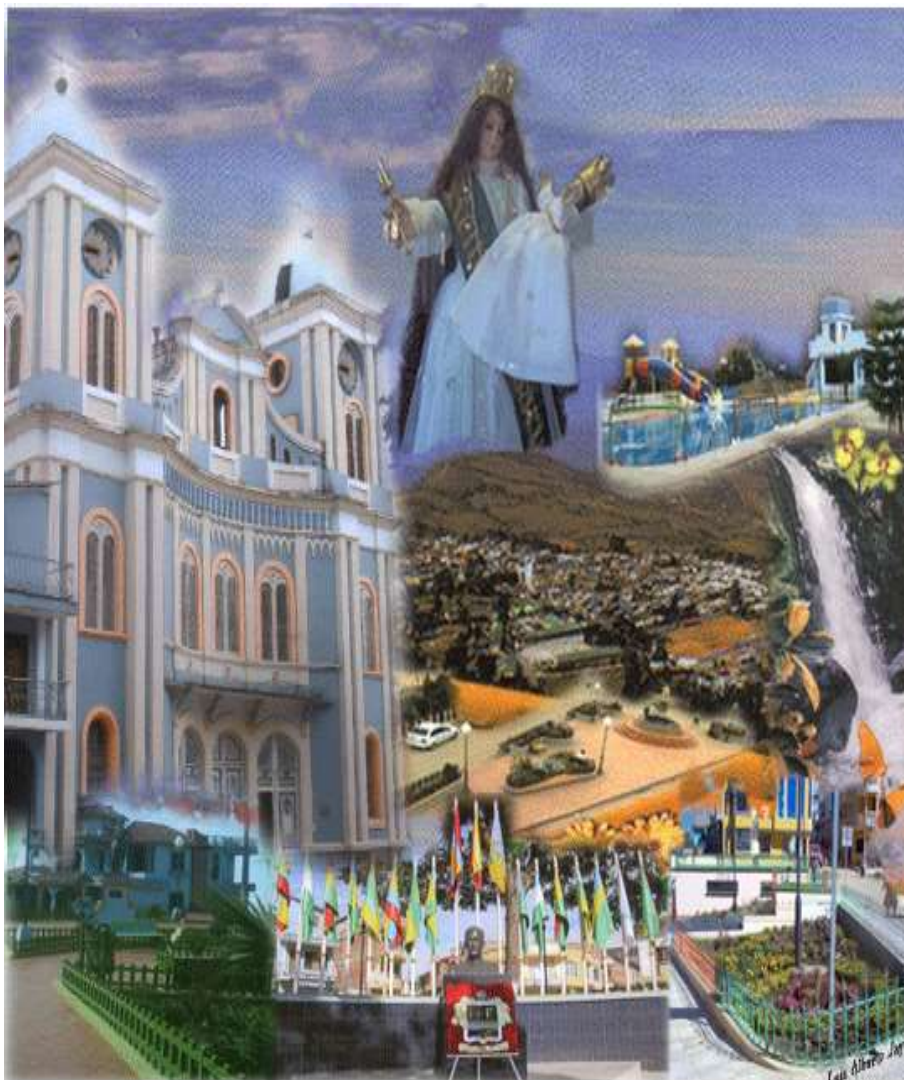
**Producción:** Productos Agrícolas: maíz, fréjol, arveja, caña de azúcar, maní

**Ganadería:** Célica tiene gran producción ganadera, de aquí se distribuye productos lácteos hacia el Perú.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> [www.celicanos.com](http://www.celicanos.com)

## g.2.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL



**Ing. Oswaldo Román C.**  
**Alcalde**  
**CELICA – LOJA – ECUADOR**

El Gobierno Municipal del Cantón Céllica fue creado el primero de abril de 1978, mediante decreto expedido en Ambato por la asamblea constituyente reunida en la misma, rigen sus funciones:

- ✓ Constitución Política del Estado
- ✓ Ley de Régimen Municipal
- ✓ Decreto y Ordenanzas Municipales

## **BASE LEGAL:**

- Art.270, de la Constitución de la República que consagra la autonomía económica y administrativa de los gobiernos autónomos descentralizados.
- Art.16, de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, que determina que las municipalidades son autónomas y que salvo lo prescrito por la Constitución y esta Ley, ninguna función del Estado ni autoridad extraña a la municipalidad podrá interferir en su administración propia; estándole especialmente prohibido, entre otros aspectos a: derogar, reformar o suspender la ejecución de las Ordenanzas, Reglamentos, Resoluciones o Acuerdos de las autoridades municipales”.
- Art.156 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, que establece que la organización administrativa estará de acuerdo con las necesidades peculiares que deba atender y con los servicios públicos a prestarse, y responderá a una estructura que permita atender todas y cada una de las funciones que a ella le competen para el mejor cumplimiento de los fines municipales.
- Art.157, de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, que establece que el Reglamento Orgánico Funcional, determinará la estructura administrativa de cada Municipalidad, la cual se conformará teniendo en cuenta que las distintas dependencias constituyen un organismo racionalmente integrado, desde el punto de vista de la división del trabajo.

- Art.160, de la Ley Orgánica de Régimen Municipal que determina que la denominación de las dependencias de la administración municipal se ajustará a la nomenclatura de Dirección, Departamento y Sección, según sea la complejidad de la labor encomendada; y que habrá tantas Direcciones, cuantas convenga a la mejor y más racional agrupación por funciones afines que competan a la administración. Que las Direcciones a su vez, se dividirán en el número de Departamentos y Secciones que la complejidad y el volumen de trabajo aconsejen para garantizar un más eficiente funcionamiento de la administración.
- Art.179.1, de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, que manifiesta que el sistema organizativo municipal se estructurará en términos generales, en función de las siguientes dependencias: de servicios públicos, de obras públicas, de justicia y policía, financiera administrativa; de higiene, salubridad y ambiente, de educación y cultura, de servicios sociales, de asesoría jurídica, de planificación, desarrollo de la colectividad y de protección de los grupos vulnerables. Y que sin embargo, la estructura administrativa se adaptará a las características propias de cada municipalidad con el fin de asegurar una adecuada prestación de los servicios municipales.

El Cabildo del Gobierno Municipal está integrado por:



Ing. Oswaldo Román Calero

**ALCALDE**

Ing. Vicente Reinoso

**CONCEJAL URBANO**

Lic. Ramiro Jumbo

**CONCEJAL URBANO**

Sr. Jorge Chuquimarca

**CONCEJAL RURAL**

Sr. Luis Camacho

**VICE – ALCALDE**

Ing. Danny Viteri

**CONCEJAL URBANO**

Lcda. Roxana Jumbo

**CONCEJALA RURAL**

Ing. Rudy Jimbo

**CONCEJAL RURAL**

**COMISIONES:**

**COMISIÓN DE MESA**

Esta comisión la preside el Ing. Oswaldo Román; integrado por el Sr. Luis Camacho y el Ing. Danny Viteri

### **COMISIÓN DE PLANEAMIENTO URBANISMO Y OBRAS PUBLICAS**

Esta comisión la preside el Ing. Vicente Reinoso; integrada también por los concejales Danny Viteri y Roxana Jumbo

### **COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS**

Esta comisión la preside el Sr. Jorge Chuquimarca; integrada también por los Concejales Rudy Jimbo y Ramiro Jumbo

### **COMISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS**

Esta comisión la preside el Ing. Rudy Jimbo; integrada también por los Concejales Vicente Reinoso y Roxana Jumbo

### **COMISIÓN DE SERVICIOS SOCIALES**

Esta comisión la preside el Ing. Danny Viteri; integrada también por los Concejales Ramiro Jumbo y Roxana Jumbo

### **COMISIÓN DE SERVICIOS ECONÓMICOS**

Esta comisión la preside el Sr. Luis Camacho; integrada también por los Concejales Ramiro Jumbo y Roxana Jumbo

### **PRESIDENTE DE LAS JUNTAS PARROQUIALES DEL CANTÓN CÉLICA**

Sra. Narcisa Luzón, Presidenta de la Honorable Junta Parroquial de Pózul

Sra. Dolores Riofrío, Presidenta de la Honorable Junta Parroquial de sabanilla.

Sr. Rigoberto Enríquez, Presidente de la Honorable Junta Parroquial de Maximiliano Rodríguez.

Sr. Bolívar Ramírez, Presidente de la Honorable Junta Parroquial de Cruzpamba

**Directores Departamentales:**

- Ing. Germán Álvarez, Director de UMPAC
- Ing. José Angamarca, Director de Obra Públicas
- Arq. Jaime Huanca, Director de Planificación
- Ing. Sigifredo Valdivieso, Contador General
- Sr. Alcides Buele, Jefe de Recursos Humanos;

**VISIÓN INSTITUCIONAL:**

El Gobierno Municipal del Cantón Céllica en los próximos cinco años será un modelo de gestión del desarrollo, ha institucionalizado la participación ciudadana, ofrece servicios básicos de calidad, satisface las necesidades prioritarias de cada comunidad, genera recursos del ecoturismo, promueve el desarrollo empresarial, presenta una imagen transparente, originando confianza en la ciudadanía.

**MISIÓN INSTITUCIONAL:**

El Gobierno Municipal del Cantón Céllica. Promueve el desarrollo comunitario a través de consolidar un sólido proceso de organización social denominado Gobiernos Comunes, con la participación activa de la ciudadanía y los diferentes entes públicos y/o privados; en forma planificada y regulada con especial atención a los servicios básicos de agua potable y saneamiento, gestión ambiental, ecoturismo y a satisfacer las necesidades prioritarias de cada comunidad. Demostrando transparencia, eficiencia, y equidad en la gestión y distribución de los recursos.

## **OBJETIVOS:**

Se establecen los siguientes objetivos institucionales:

- a.** Promover la organización social, el civismo, la participación ciudadana y la confraternidad de la población para alcanzar el desarrollo del Cantón.
- b.** Planificar e impulsar el desarrollo físico del Cantón en las áreas urbanas y rurales, acorde con las competencias municipales.
- c.** Coordinar acciones con otras entidades, para mejorar la cultura, la educación y la asistencia social.
- d.** Auspiciar y promover reuniones permanentes para coordinar acciones, mediante el uso de mesas redondas, seminarios, talleres, conferencias, simposios, cursos y otras actividades de integración y trabajo.
- e.** Ofrecer servicios de calidad, apuntando a mejorar la administración institucional.
- f.** Fomentar el desarrollo económico y productivo, con la participación activa de la ciudadanía.
- g.** Impulsar el ecoturismo, como eje fundamental del desarrollo socio económico del Cantón.
- h.** Demostrar transparencia en los actos administrativos y financieros y distribuir equitativamente los recursos municipales

## **POLÍTICAS:**



Para tener una mayor eficiencia y operatividad administrativa se ha establecido las siguientes políticas institucionales:

**1. POLÍTICAS GENERALES.-** Con la finalidad de alcanzar el desarrollo institucional, se adoptan las siguientes políticas generales,:

- a. Concertación con los diferentes actores sociales, para el logro de una participación efectiva en el desarrollo del Cantón.
- b. Movilización de esfuerzos para dotar al Gobierno Municipal de una infraestructura administrativa, material y humana que permitan mejorar el servicio a los clientes internos y externos.
- c. Fortalecimiento y desarrollo municipal, basado en un óptimo aprovechamiento de los recursos y esfuerzos sostenidos para mejorar e incrementar los ingresos de autogestión por concepto de impuestos, tasas, contribuciones, etc.
- d. Preservar y encausar los intereses municipales y ciudadanos como finalidad institucional.
- e. Voluntad política, trabajo en equipo y liderazgo, para la búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer con oportunidad las expectativas ciudadanas, aunando esfuerzos con los diferentes sectores internos de trabajo: Legislativo, Ejecutivo, de Apoyo y Operativo; en consecuencia, dinamismo y creatividad de las autoridades y servidores para lograr una sostenida y equilibrada participación y apoyo mutuo.
- f. Identificación de los problemas prioritarios de las comunidades y búsqueda oportuna de las soluciones más adecuadas, con el menor

costo y el mayor beneficio.

**2. POLÍTICAS ESPECÍFICAS.-** A efectos de orientar el desempeño de actividades y operaciones del talento humano y guiar al cumplimiento de los objetivos en forma consistente, garantizando al mismo tiempo un tratamiento equitativo para todos los participantes y un tratamiento uniforme para todas las situaciones laborales, determínese las siguientes políticas específicas de recursos humanos en el Gobierno Municipal del Cantón Céllica:

**a. Selección adecuada de personal.** Formular estrategias de reclutamiento y Selección de personal, que garantice la incorporación de personal idóneo, que reúna la formación educacional, conocimientos, experiencia y actitudes personales básicas para el cabal desempeño de las gestiones y funciones públicas; no solamente de satisfacer necesidades contingentes, si no de su utilización futura en actividades más complejas e importantes, el personal seleccionado, potencialmente deberá tener aptitudes para desempeñar otros cargos o actividades adicionales aparte de las que se requiere inicialmente, para permitir un desarrollo y aprovechamiento óptimo del recurso humano.

**b. Admisiones de personal.** (Si el requerimiento, es la selección de personal de planta), efectuarlas bajo la modalidad de "período de prueba" y demás instancias contractuales; y luego de la evaluación del desempeño, considerar la contratación de "planta" o definitiva.

**c. Integración, entrenamiento y capacitación.** Establecer planes de

integración del personal hacia la Institución y a los diferentes grupos de trabajo, a base del conocimiento cabal de los objetivos y políticas institucionales, de los compromisos personales sustentados en un óptimo equilibrio de los deberes, derechos y obligaciones; así como el entrenamiento y perfeccionamiento para el cumplimiento de su gestión y el desarrollo personal en posiciones más complejas.

- d. Evaluación del desempeño.** Mantener métodos eficientes de evaluación acordes a las disposiciones legales, de los servicios del personal, a efectos de asegurar y motivar su óptimo concurso.
- e. Relaciones humanas.** Implementación y mantenimiento de mecanismos encaminados a lograr permanentemente un óptimo ambiente de trabajo.
- f. Implementación en las áreas de trabajo, de sistemas de comunicación, participación y creatividad.** Facilitando un adecuado ambiente de comunicación y motivando planes de sugerencias que permita la participación del personal en la elaboración de métodos y procedimientos de trabajo.
- g. Registros y controles.** Establecer sistemas que permitan el análisis cuantitativo y cualitativo de los recursos humanos.
- h. Conocimiento de normas y reglamentos.** Comunicación oportuna a funcionarios y empleados sobre las normas, reglamentos, instructivos, etc. que regulan sus actividades y relaciones.
- i. Estabilidad.** Garantizar la ocupación del personal eficiente y con potencial de desarrollo.

- j. Equipos de trabajo.** Formación de Equipos de Trabajo en las diferentes áreas de gestión y mantenerlos en funcionamiento, a efectos de ubicar en detalle los objetivos institucionales y lograr una producción óptima de los servicios.
- k. Discusión de trabajo.** Fomentar y establecer permanentemente reuniones mesas redondas, etc. entre los responsables de las diferentes acciones de trabajo, a efectos de evaluar su avance, los procedimientos y las correcciones que deban ser tomadas e informar a las diferentes autoridades.
- l. Auditorías de personal.** Implementar el Subsistema de Auditorias de Personal, con el objeto de monitorear los avances y resultados de las diferentes gestiones y procesos para medir su compatibilidad con los programas y proyectos de trabajo debidamente aprobados, y efectuar las correcciones y recomendaciones correspondientes, que permita la optimización de la entrega del producto final.

Estas políticas, a su vez, estarán sometidas a las siguientes características:

**Permanencia:** es decir continuidad y mantenimiento de la acción, que evite alteraciones significativas.

**Generalidad:** es decir que su aplicación sea global y entendida en toda la institución.

**Claridad y Simplicidad:** tanto en la definición como en el entendimiento.

**Consistencia:** es decir, sentido en su aplicación.

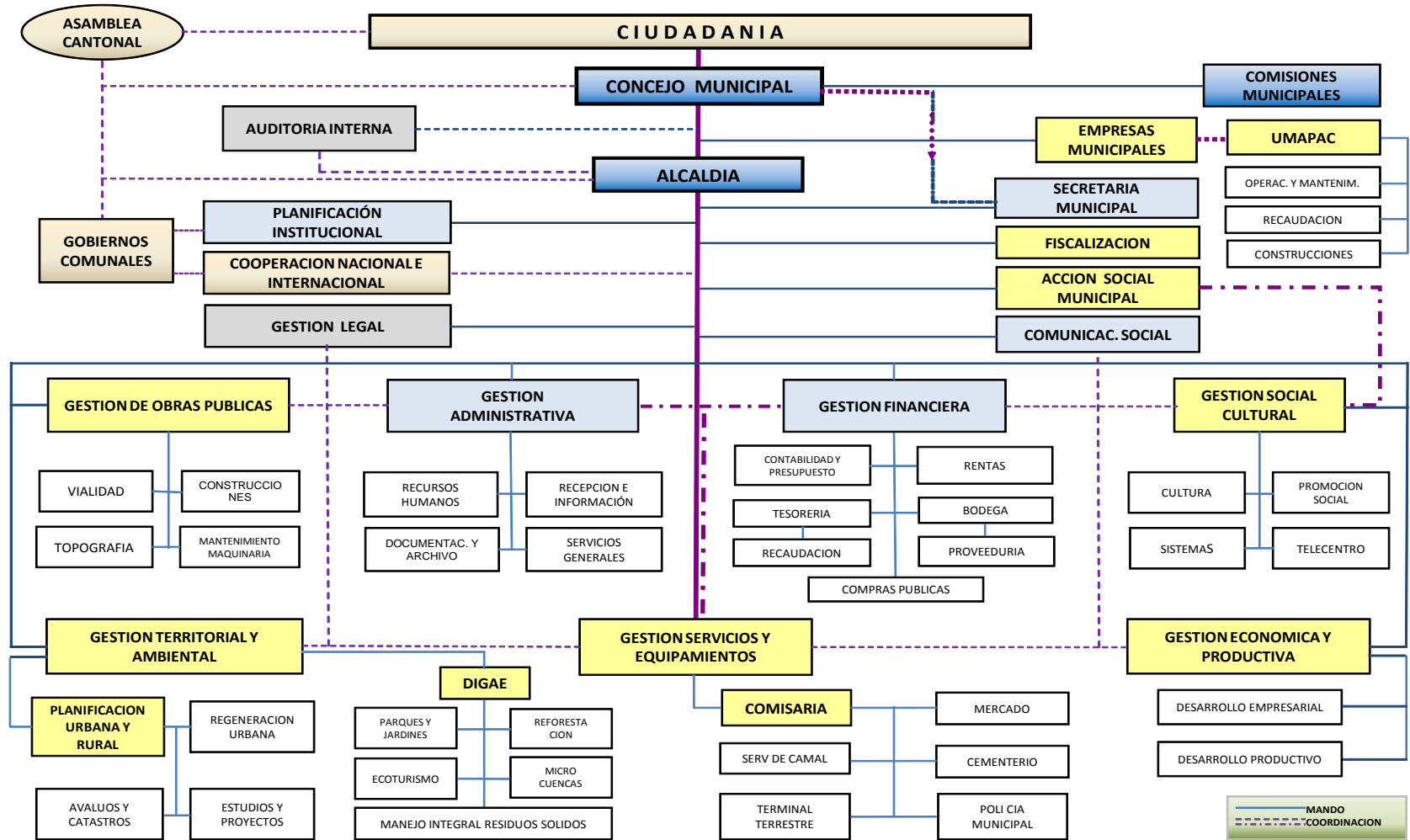
**Flexibilidad:** o sea factible de realizar enmiendas o determinar excepciones cuando se crea conveniente o necesario.

## **SERVICIOS:**

- a) **Servicios generales.**-Contiene los siguientes programas:  
Administración General, Administración Financiera y Justicia, Policía y Vigilancia.
- b) **Servicios sociales.**- Para atender con mayor oportunidad y ampliar la cobertura se ha clasificado en los programas de Desarrollo Social, Cultura y Deportes, y Otros Servicios Sociales.
- c) **Servicios comunales.**- Contiene los programas operativos de Planificación Urbana y Rural, Gestión Ambiental, Abastecimiento de Agua Potable y Alcantarillado y Otros Servicios Comunales.
- d) **Servicios económicos.**-Esta Función cuenta con el programa de Transporte y Comunicación.
- e) **Servicios inclasificados.**-Con el Programa de Gastos Comunes de la Entidad unificado con el programa Pago de la Deuda.

Gráfico N° 2

# ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



## **LOS NIVELES ORGANIZACIONALES Y DIVISIONES DE TRABAJO POR PROCESOS.**

**Gestión por procesos.-** La visión de la administración y la estructura organizacional del Gobierno Municipal del Cantón Celica, estará fundamentada en la filosofía de Gestión de Procesos, en sustitución del enfoque tradicional, gestión compatible con la demanda y la satisfacción de los clientes internos y externos.

**Integración de los procesos.-** Se integran los siguientes procesos en la administración de trabajo:

**1. Proceso Legislativo,** que determina las políticas en las que se sustentarán los demás procesos institucionales para el logro de objetivos. Su competencia se traduce en los actos normativos, resolutivos y fiscalizadores. Está integrado por el Concejo Municipal y las siguientes Comisiones:

- Planeamiento Urbanismo y Obras Públicas.
- Servicios Públicos.
- Servicios Financieros.
- Servicios Sociales.
- Servicios Económicos.

**2. Proceso Gobernante,** que orienta y ejecuta la política trazada por el proceso legislativo; le compete tomar las decisiones, impartir las instrucciones para que los demás procesos bajo su cargo se cumplan. Es el encargado de coordinar y supervisar el cumplimiento eficiente y

oportuno de las diferentes acciones y productos.

Está integrado por:

- La Alcaldía.

- 3. Proceso Asesor**, que corresponde al consultivo, de ayuda o de consejo a los demás procesos. Su relación es indirecta con respecto a los procesos sustantivos u operativos. Sus acciones se perfeccionan a través del Proceso Gobernante (Alcaldía) quien podrá asumir, aprobar, modificar los proyectos, estudios o informes presentados por el Proceso Asesor.

Está integrado por:

- Asesoría Jurídica.
- Auditoría Interna.

- 4. Procesos habilitantes o de apoyo**, es el que presta asistencia técnica y administrativa de tipo complementario a los demás Procesos.

Está integrado por:

- Gestión Administrativa.
- Secretaría Municipal.
- Planificación Institucional.
- Comunicación Social.
- Gestión Financiera.

- 5. Procesos sustantivos o productivos; generador de valor**, que es el encargado de la ejecución directa de las acciones de las diferentes gerencias de productos y de servicios hacia el cliente; encargado de



cumplir directamente con los objetivos y finalidades del Gobierno Municipal.

Ejecuta los planes, programas, proyectos y demás políticas y decisiones del Proceso Gobernante. Los Productos y servicios que entrega al cliente, lo perfeccionan con el uso eficiente de recursos y al más bajo costo, y forma parte del proceso agregado de valor.

Está integrado por:

- Gestión de Obras Públicas.
- Fiscalización.
- Gestión Territorial y Ambiental (Planificación Urbana y Rural/DIGAE).
- Gestión Servicios y Equipamientos (Comisaría).
- Gestión Social Cultural.
- Empresas Municipales (UMAPAC).
- Gestión Económica y Productiva.
- Acción Social Municipal.

Con la entrevista al Sr Alcalde y las encuestas aplicadas a la Población, Concejales, Empleados y Trabajadores del Gobierno Municipal, se ha logrado descubrir los problemas en forma general que hoy en día atraviesa la institución.

Una vez que se ha detectado los problemas en la institución. Podemos concluir que en el gobierno municipal no se presentan mayores

inconvenientes debido a que el trabajo que realiza siempre va en beneficio de la institución y de la colectividad. Cabe mencionar que en la institución el único problema que se ha podido identificar es la carencia de conocimientos de marketing municipal la misma que no le permite mejorar su imagen institucional.

#### CUADRO N° 4

### PROBLEMAS DEL GOBIERNO MUNICIPAL

#### **Alcalde:**

- **Carencia de conocimiento y aplicación de imagen corporativa**
- **No posee conocimientos sobre Marketing Municipal**
- **No tiene asesores sobre marketing**

#### **Concejo Municipal:**

- **No existe la coordinación necesaria para disponer la aprobación del Plan Operativo Anual (POA)**
- **No cuenta con un departamento exclusivo para dar a conocer su accionar**
- **Carencia de conocimientos sobre Marketing Municipal**

#### **Población del Cantón Céllica:**

- **La población no conoce el accionar del municipio**
- **Falta de coordinación en sus Parroquias**
- **Visitas ocasionales por parte del Alcalde**
- **En su mayoría no conocen las funciones que tiene el Municipio con el pueblo**
- **Falta de señal de televisión Nacional.**
- **Es su mayoría desconocen de la existencia de algún espacio informativo municipal**
- **La minoría que conoce sobre este espacio declararon que son malos o pésimos**
- **Espacios informativos no brindan información oportuna**
- **La imagen institucional es regular**
- **Existe la carencia de vallas publicitarias dentro y fuera de la institución**

FUENTE: entrevista y encuesta a la población y personal del Gobierno Municipal de Celica  
ELABORACION: Autor

**PROPIUESTA**

## **h. PROPUESTA**

Luego de haber realizado el Diagnóstico en el Gobierno Municipal del Cantón Céllica, el mismo que ha permitido conocer la situación actual de los servicios, actividades, funciones, estructura, problemas que se generan; así como para calificar la percepción que tienen sus habitantes frente al accionar municipal que desempeña la institución. Se ha podido identificar que el Gobierno Municipal cuenta con diferentes departamentos y secciones; los mismos que permiten llegar a la ciudadanía Celicana, pero en ninguno de estos se encuentra incluido el marketing que es el eje fundamental para toda institución tanto pública como privada.

El marketing en las Instituciones Municipales admite establecer un contacto permanente con los usuarios (ciudadanos), reconocer sus deseos (necesidades), genera un programa de información que comunica los objetivos de la institución, evalúa la efectividad de los servicios entregados a la ciudadanía.

Por tal motivo surge la necesidad indispensable de la Creación de un Departamento de Marketing para el Gobierno Municipal del Cantón Celica; Con la inclusión del mismo le permitirá conocer a sus habitantes sobre el accionar municipal que se desarrolla, y así lograr obtener una imagen corporativa positiva.

## **CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA**

El Departamento de Marketing debe actuar como guía y encabezar a los otros departamentos de la institución en desarrollar información, incentivar, motivar y finalmente comunicar los servicios que se generan; dado que la comunicación es de vital importancia dentro y fuera de toda institución. La forma de comunicar las acciones de Gobierno será fundamental para tener una buena imagen corporativa. En muchos casos se difunden las actividades de forma directa e indirecta a los sectores y beneficiarios a través de spot publicitarios, cuñas radiales, trípticos, entre otras formas de hacer conocer el accionar del Gobierno Municipal.

Razón por la cual se ha propuesto la creación del Departamento de Marketing en la institución, el mismo que se lo ha estructurado de la siguiente manera: Misión, visión, objetivos (general y específico), estrategias, valores, políticas, organización del Departamento, organigramas: estructural, funcional y posicional, manual de funciones, distribución del departamento: espacio físico, y el presupuesto para la implementación del Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal del Cantón Celica.

## **MISIÓN**

Somos un Departamento que promueve y fortalece la Imagen del Gobierno Municipal, demostrando transparencia, eficiencia, equidad, utilizando políticas, acciones y estratégicas de información pública, para mantener la interrelación entre la Municipalidad y la ciudadanía, dando a conocer las diferentes actividades, funciones y obras que se ejecutan, con el fin de mantener la buena imagen Institucional

## **VISIÓN**

El Departamento de Marketing en los próximos cuatro años se convertirá en el canal principal de comunicación de las actividades, funciones y obras que realiza la municipalidad, rescatando su desarrollo urbanístico, logrando así ser el primer Gobierno Municipal con imagen corporativa positiva de su accionar.

## **OBJETIVOS:**

### **GENERAL**

- Dar a conocer a la ciudadanía sobre las actividades que realiza la Municipalidad de forma directa e indirecta mediante campañas publicitarias, con la finalidad de obtener una imagen corporativa de su accionar.

## **ESPECIFICOS**

- Coordinar y colaborar con las distintas Direcciones Municipales en la elaboración de estrategias publicitarias, ruedas de prensa, y demás formas de comunicación colectiva, de tal manera que se mantenga una imagen armoniosa y coherente de todas las actividades realizadas por la Municipalidad
- Asesorar en el manejo de imagen, prensa y publicidad, a todas las dependencias municipales que el Alcalde disponga
- Planear y dirigir la realización de programas de divulgación e información social del Gobierno Municipal.
- Dirigir la elaboración de producción de artículos de prensa, reportajes y demás información sobre las actividades del Gobierno Municipal, así como de aspectos políticos, culturales, económicos, etc.
- Coordinar la información y enlace de las actividades municipales y de la población para conseguir una mayor participación ciudadana.
- Rrealizar por los medios de comunicación disponibles, la difusión de la información relativa a las actividades municipales y de aquellas ordenanzas, resoluciones que normen las relaciones ciudadanas con el Gobierno Municipal.
- Organizar ruedas de prensa, conferencias y otros eventos de interés municipal.

## **ESTRATEGIAS:**

- Ejecutar políticas en materia de comunicación y difusión a la comunidad, de las acciones del gobierno y administración municipal que se hayan aprobado o se disponga en cualquier tiempo
- Buscar mecanismos de información en las que las Parroquias Rurales, tengan conocimiento de las actividades que realiza la institución
- Visitar permanentemente cada una de las Parroquias, con el fin de informar sobre el accionar municipal.
- Realizar publicidad rodante en todo el Cantón cuando sea necesario
- Mantener buenas relaciones entre el Municipio y los diferentes medios de comunicación local
- Realizar un folleto informativo trimestralmente en donde se detallen las obras ejecutadas, prestación de servicios y promociones municipales
- Proponer que se amplíe la cobertura de frecuencia radial y televisiva en todas las parroquias del Cantón
- Conocer las fechas históricas, religiosas y festividades que se realicen en el Cantón



## **VALORES:**

- Cooperación: Actuar y trabajar en conjunto para el beneficio de la institución y colectividad
- Disciplina: Tener capacidad para auto controlarse y cumplir con las políticas que se establecen en el Departamento e institución.
- Honestidad: Ser incapaz de defraudar o engañar a alguien dentro y fuera de la institución
- Honradez: Respetar la propiedad privada de los demás, con el fin de que prevalezca la confianza en la institución
- Independencia: Poseer firmeza de carácter para decidir por si mismo que es bueno y que es malo
- Respeto: Tener consideración por los sentimientos tanto personales como ajenos
- Responsabilidad: Estar consciente de las obligación y obrar de acuerdo con ellas
- Recursividad: Demostrar su habilidad o talento para inventar cosas o para encontrar los medios necesarios para resolver dificultades que se presenten
- Serenidad: Mantenerse tranquilo y en paz ante la sociedad
- Solidaridad: Apoyar y ser solidario con los compañeros de trabajo.
- Valor: Tener coraje y valentía ante cualquier situación dentro y fuera de la institución

## **POLÍTICAS:**

- Garantizar con la adopción de políticas y métodos de integración personal, un ambiente grato y estimulante de trabajo.
- Elaborar las campañas con los respectivos presupuestos con 15 días de anticipación, las actividades a realizarse por parte del municipio
- Que los tiempos de actividades planificadas se cumplan en el orden establecido
- Se respetarán las opiniones emitidas siempre y cuando lo hagan de manera cortés
- Se realizará la debida capacitación al personal dependiendo del trabajo que desempeñe
- Todo empleado deberá registrar diariamente su asistencia
- Los atrasos serán debidamente registrados en las horas a cumplir por mes
- Todas las actividades deberán ser aprobadas por el Alcalde
- Cumplir y hacer cumplir las actividades de trabajo que se determinan en el presente Orgánico Funcional y más normas establecidas.

## **ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING**

La presente estructura permite conocer la relación que deben existir entre las funciones, niveles y actividades que se desempeñarán; para lo cual consta de 5 puestos o cargos tales como: dirección, archivo, publicidad, redacción y producción.

**Dirección:** Este se encargará de planificar, programar, organizar y difundir a través de los diversos medios de comunicación pública, y de campañas directas de información social, todo lo relativo a las acciones y labores efectuadas por el Gobierno Municipal; sus acciones serán supervisadas directamente por el Alcalde, estará bajo su responsabilidad el Jefe de Archivo y Publicidad.

**Archivo:** Esta encargado de registrar, clasificar, custodiar el material video gráfico y de audio que se genera en la Dirección; sus acciones serán supervisadas directamente por el Jefe Departamental (Dirección).

**Publicidad:** Se encargará de elaborar los diseños y artes publicitarios para las campañas y eventos que organiza la Municipalidad, a ser difundidos por los diferentes medios de comunicación; sus acciones serán supervisadas directamente por el Jefe Departamental (Dirección); y estará bajo su responsabilidad el Asistente de Redacción y Producción.

**Redacción:** Estará encargado de seleccionar el material fotográfico, video gráfico, suplementos y revistas, a fin de proporcionarlo a las diferentes

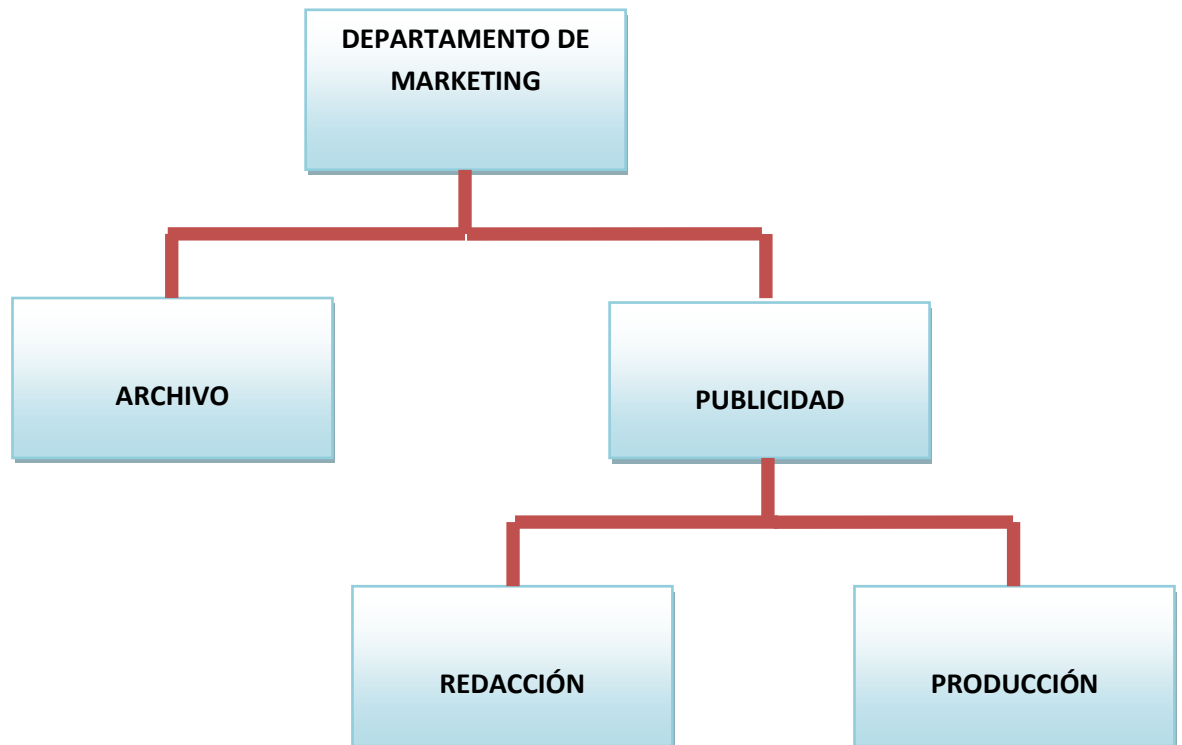
agencias de noticias; sus acciones serán supervisadas directamente por el Jefe de Publicidad.

**Producción:** Estará encargado de realizar tomas fotográficas, de los diferentes actos y eventos que programe la institución; Verificar que se dé un correcto tratamiento al material gráfico y audiovisual; sus acciones serán supervisadas directamente por el Jefe de Publicidad.

### **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

Este organigrama muestra la estructura jerárquica de los cinco puestos que va a tener el Departamento de Marketing. Por lo cual queda estructurado de la siguiente manera:

GRAFICO N° 3



## **ORGANIGRAMA FUNCIONAL**

Aquí se detallan las funciones más importantes que cumplirán cada uno de los empleados ocupantes a estos puestos.

Gráfico N° 4

## DEPARTAMENTO DE MARKETING

- Planificar, programar, organizar y difundir a través de los diversos medios de comunicación pública, y de campañas directas de información social, todo lo relativo a las acciones y labores efectuadas por la Municipalidad.
- Coordinar las acciones de la Municipalidad con los medios de información y comunicación social
- Producir documentales de carácter educativo, cultural, social y promocional respecto de los programas y actividades que ejecuta la Municipalidad
- Asesorar en el manejo de imagen, prensa y publicidad, a todas las dependencias municipales que el Alcalde disponga.

### ARCHIVO

- Registrar, clasificar y custodiar el material video gráfico y de audio que se genera en la Dirección.
- Llevar contabilidad elaborar las campañas con los respectivos presupuestos con 15 días de anticipación, las actividades a realizarse por parte del municipio
- Mantener registros actualizados de las actividades y evaluarlos periódicamente
- Facilitar, previa autorización el material del archivo a otras dependencias municipales.

### PUBLICIDAD

- Elaborar los diseños y artes publicitarios para las campañas y eventos que organiza la Municipalidad, a ser difundidos por los diferentes medios de comunicación.
- Canalizar las órdenes de publicaciones enviadas a la Dirección de Comunicación Social, Prensa y Publicidad, a los diferentes medios de comunicación de la localidad, y/o agencias de publicidad.
- Elaborar estrategias publicitarias, ruedas de prensa, y demás formas de comunicación colectiva.
- Asesorar en el manejo de imagen, prensa y publicidad, a todas las dependencias municipales que el Alcalde disponga.

### ASISTENTE DE REDACCIÓN

- Coordinar y supervisar los boletines de prensa, videos informáticos, piezas publicitarias y noticias de la institución.
- Seleccionar el material fotográfico, video gráfico, suplementos y revistas, a fin de proporcionarlo a las diferentes agencias de noticias.
- Procesar y redactar los diferentes comunicados y publicaciones que realiza la Municipalidad
- Analizar e investigar la información periodística que genera la Municipalidad, a fin de considerarlas en boletines de prensa

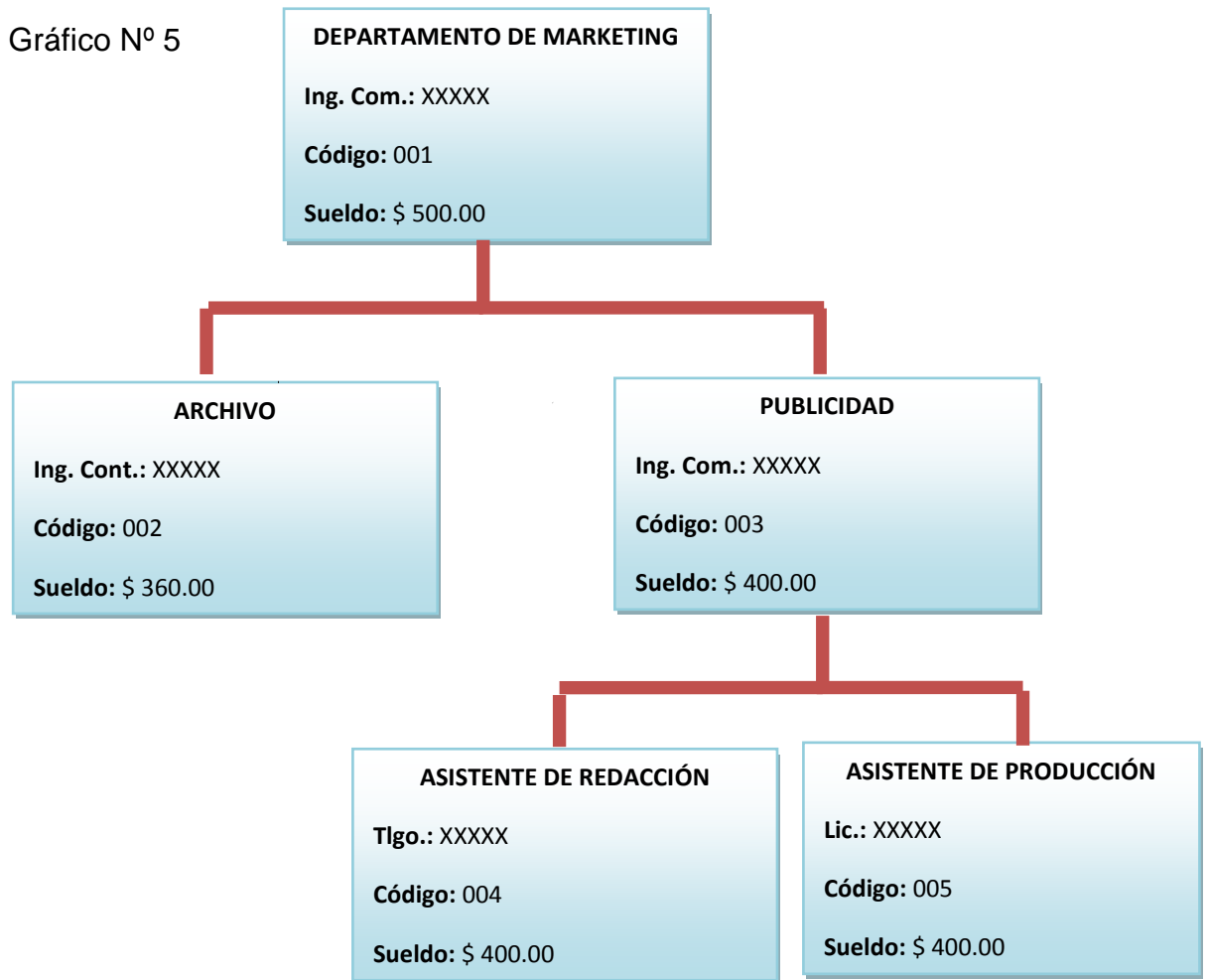
### ASISTENTE DE PRODUCCIÓN

- Coordinar, supervisar y controlar la ejecución de coberturas televisivas, la edición y reproducción de material informativo; para la eficiente producción de programas de interés institucional
- Editar el material que será publicitado por los diferentes medios de comunicación social.
- Realizar tomas fotográficas, de los diferentes actos y eventos que programe la institución
- Verificar que se dé un correcto tratamiento al material gráfico y audiovisual.

## ORGANIGRAMA POSICIONAL

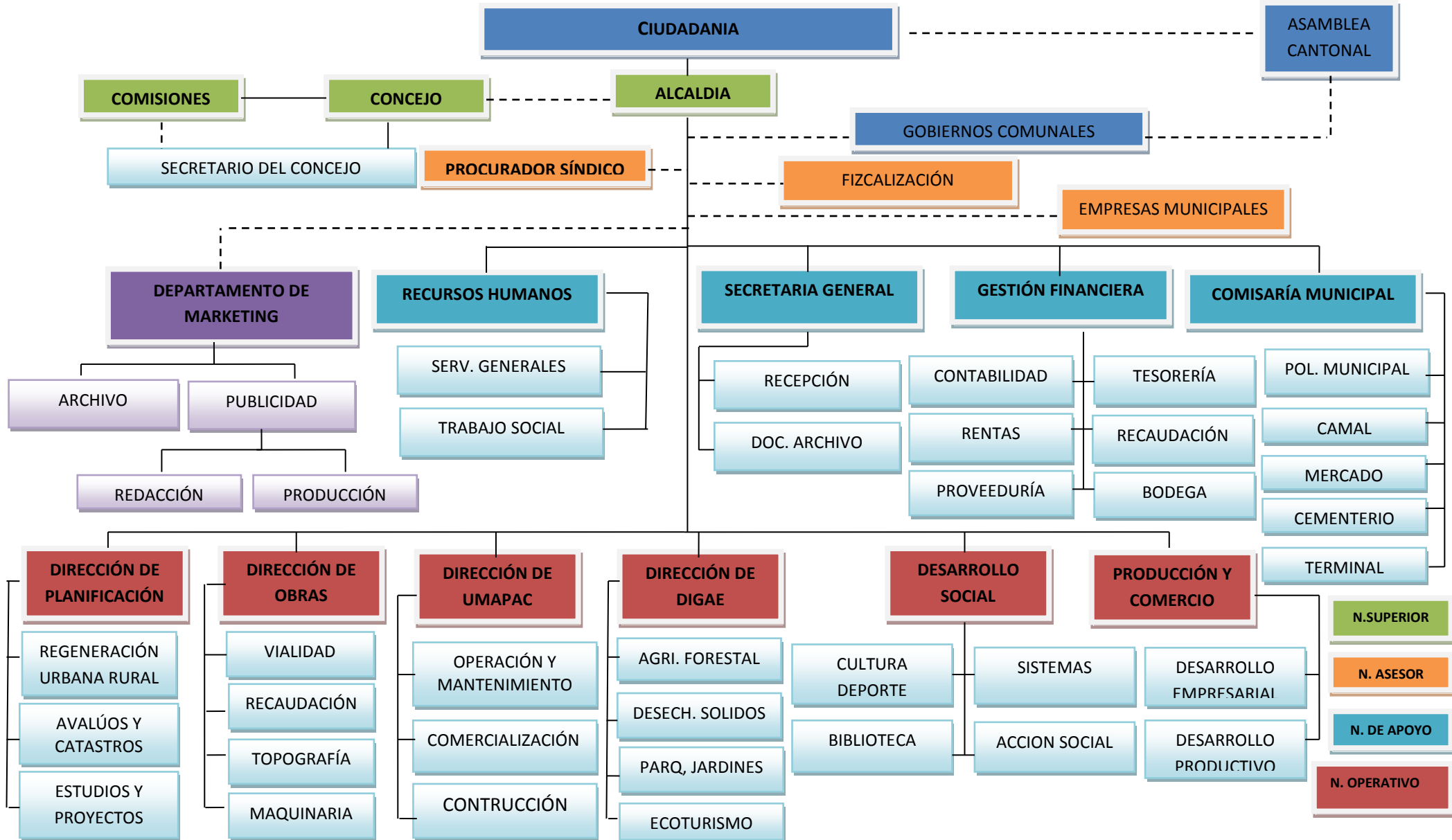
En este organigrama se detallan los sueldos y las personas encargadas de cada cargo o puesto, se necesitará la contribución del siguiente personal: 2 Ingenieros Comerciales, 1 Contadora, 1 tecnólogo y 1 Licenciado en Comunicación Social.

Gráfico N° 5



**Nota:** Este organigrama no contiene el nombre de quienes ocuparan los puestos debido a que no conocemos, los salarios son tomados al sueldo básico de los empleados.

Gráfico N°6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL GOBIERNO MUNICIPAL INCLUIDO EL DEPARTAMENTO DE MARKETING





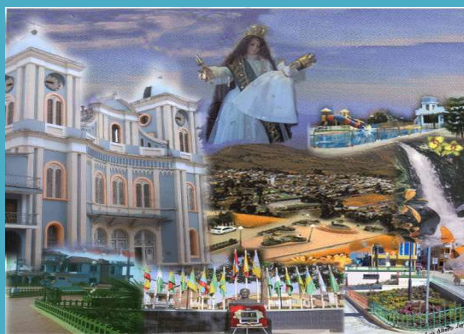
Como se puede observar en el diagrama estructural; se ha utilizado una gama de colores de acuerdo a su orden de mando; los que se encuentra de color azul contribuyen de manera indirecta en la institución, el color verde pertenece al nivel superior, el naranja nivel asesor, el celeste nivel de Apoyo y el color café nivel Operativo.

El Departamento de Marketing se lo ha ubicado en el Nivel de Apoyo, el mismo que sus actividades serán supervisadas directamente por el Alcalde; para darle una mejor apreciación se lo ha resaltado de color morado.

### **MANUAL DE FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING**

Una vez que se ha conocido los cargos que contendrá el Departamento de Marketing, procedemos a realizar el manual de funciones para cada uno de los cinco puestos a ocupar, con el fin de que no existan inconvenientes respecto a las funciones y actividades que cada uno debe cumplir.

# MANUAL DEL JEFE DEPARTAMENTAL



ING: OSWALDO ROMAN  
CELICA – LOJA – ECUADOR

GOBIERNO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN CELICA 2009  
2014

DEPARTAMENTO DE  
MARKETING

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

## JEFE DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING

**Código: 001**

**Ámbito de Operación: Cantonal**

**Naturaleza de trabajo:**

Mantener contactos permanentes con la ciudadanía, con organismos tanto públicos como privados y medios de comunicación, para el manejo de información y coordinación de las relaciones con el Gobierno Municipal

**Funciones:**

- Planificar, programar, organizar y difundir a través de los diversos medios de comunicación pública, y de campañas directas de información social, todo lo relativo a las acciones y labores efectuadas por el Gobierno Municipal y el Concejo Cantonal
- Ejecutar las políticas que en materia de comunicación y difusión a la comunidad, de las acciones del gobierno y administración municipal se hayan aprobado o se disponga en cualquier tiempo.
- Elaborar el material de información acorde con las políticas adoptadas por el Alcalde
- Coordinar y colaborar con las distintas Direcciones Municipales en la elaboración de estrategias publicitarias, ruedas de prensa, y demás formas de comunicación colectiva, de tal manera que se mantenga una imagen armoniosa y coherente de todas las actividades realizadas por la Municipalidad
- Asesorar en el manejo de imagen, prensa y publicidad, a todas las dependencias municipales que el Alcalde disponga
- Coordinar las acciones de la Municipalidad con los medios de información y comunicación social
- Producir documentales de carácter educativo, cultural, social y promocional respecto de los programas y actividades que ejecuta la Municipalidad
- Procurar el mejoramiento continuo de los procesos de la Dirección
- Las demás actividades afines que le pueda señalar el Alcalde

**Características de clase:**

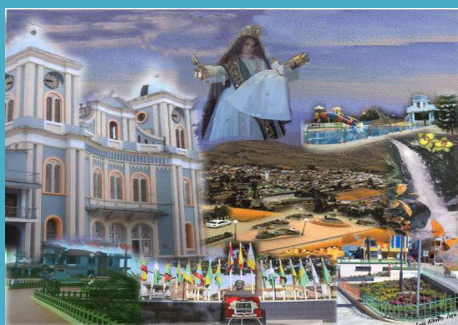
- Cumplir a cabalidad con los horarios establecidos
- Responsabilidad en todas sus funciones
- Poseer liderazgo para guiar a los subordinados

**Requisitos mínimos:**

**Educación: Ingeniería Comercial o Marketing**

**Experiencia: Mínima de 2 años en cargos similares**

## MANUAL DEL JEFE DE ARCHIVO



ING: OSWALDO ROMAN  
CELICA – LOJA – ECUADOR

GOBIERNO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN CELICA  
DEPARTAMENTO DE  
MARKETING

2009 2014

### MANUAL DE ORGANIZACIÓN

#### JEFE DE ARCHIVO

**Código: 002**

**Ámbito de Operación: Cantonal**

**Naturaleza de trabajo:**

Permitirá custodiar los resultados obtenidos, deseos necesidades, temores, valores y comportamiento de los ciudadanos del Cantón

**Funciones:**

- Registrar, clasificar y custodiar el material video gráfico y de audio que se genera en la Dirección
- Facilitar, previa autorización el material del archivo a otras dependencias municipales
- Elaborar el material de información acorde con las políticas adoptadas por el Alcalde.
- Coordinar las acciones con el jefe departamental y demás integrantes del departamento
- Mantener registros actualizados de las actividades y evaluarlos periódicamente
- Procurar el mejoramiento continuo de los procesos del departamento
- Las demás actividades afines que le pueda señalar el Alcalde y Jefe de Marketing

**Características de clase:**

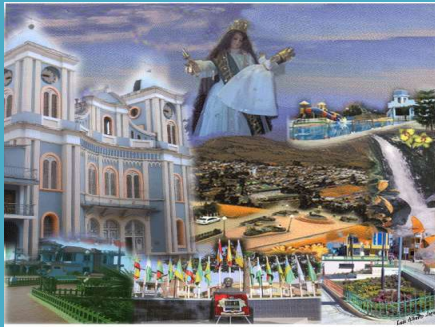
- Cumplir a cabalidad con los horarios establecidos
- Responsabilidad en todas sus funciones
- Poseer liderazgo

**Requisitos mínimos:**

**Educación: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría**

**Experiencia: Mínima de 2 años en cargos similares**

# MANUAL DEL JEFE DE PUBLICIDAD



**ING: OSWALDO ROMAN  
CELICA – LOJA – ECUADOR**

**GOBIERNO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN CELICA 2009 2014  
DEPARTAMENTO DE  
MARKETING**

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN**

## **JEFE DE PUBLICIDAD**

**Código: 003**

**Ámbito de Operación: Cantonal**

**Naturaleza de trabajo:**

**Permite la Organización, dirección y ejecución de labores de información pública para su difusión. Participación activa en todos los actos que organice el Gobierno Municipal del Cantón Celica**

**Funciones:**

- **Elaborar los diseños y artes publicitarios para las campañas y eventos que organiza la Municipalidad, a ser difundidos por los diferentes medios de comunicación**
- **Canalizar las órdenes de publicaciones enviadas a la Dirección de Comunicación Social, Prensa y Publicidad, a los diferentes medios de comunicación de la localidad, y/o agencias de publicidad**
- **Elaborar estrategias publicitarias, ruedas de prensa, y demás formas de comunicación colectiva**
- **Asesorar en el manejo de imagen, prensa y publicidad, a todas las dependencias municipales que el Alcalde disponga**
- **Coordinar las acciones con el jefe departamental y demás integrantes del departamento**
- **Procurar el mejoramiento continuo de los procesos del departamento**
- **Las demás actividades afines que le pueda señalar el Alcalde y Jefe de Marketing**

**Características de clase:**

- **Cumplir a cabalidad con los horarios establecidos**
- **Responsabilidad en todas sus funciones**
- **Poseer liderazgo para guiar a los subordinados**

**Requisitos mínimos:**

**Educación: Ingeniería Comercial o Marketing**

**Experiencia: Mínima de 2 años en cargos similares**

# MANUAL DEL ASISTENTE DE REDACCIÓN



**ING: OSWALDO ROMAN  
CELICA – LOJA – ECUADOR**

**GOBIERNO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN CELICA**

**2009 2014**

**DEPARTAMENTO DE  
MARKETING**

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN**

## **ASISTENTE DE REDACCIÓN**

**Código: 004**

**Ámbito de Operación: Cantonal**

### **Naturaleza de trabajo:**

**Permite consignar la información y enlace de las actividades municipales y de la población para conseguir una mayor participación ciudadana**

### **Funciones:**

- **Coordinar y supervisar los boletines de prensa, videos informáticos, piezas publicitarias y noticias de la institución**
- **Seleccionar el material fotográfico, video gráfico, suplementos y revistas, a fin de proporcionarlo a las diferentes agencias de noticias**
- **Coordinar y dirigir la cobertura y difusión de la información generada en el Municipio con todos los medios de comunicación existente en el Cantón**
- **Procesar y redactar los diferentes comunicados y publicaciones que realiza el Gobierno Municipal**
- **Analizar e investigar la información periodística que genera la Municipalidad, a fin de considerarlas en boletines de prensa**
- **Coordinar las acciones con el jefe de publicidad**
- **Procurar el mejoramiento continuo de los procesos del departamento**
- **Las demás actividades afines que le pueda señalar el Jefe de Publicidad**

### **Características de clase:**

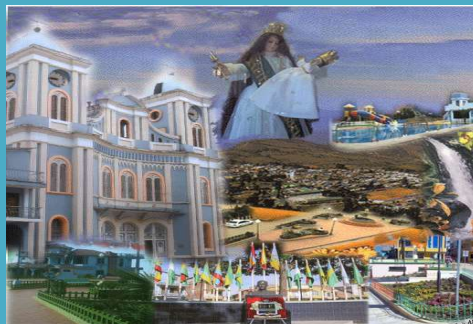
- **Cumplir a cabalidad con los horarios establecidos**
- **Responsabilidad en todas sus funciones**
- **Poseer liderazgo**

### **Requisitos mínimos:**

**Educación: Tecnólogo en Ingeniería Comercial o Marketing**

**Experiencia: Mínima de 2 años cargos similares**

## MANUAL DEL ASISTENTE DE PRODUCCIÓN



GOBIERNO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN CELICA  
DEPARTAMENTO DE  
MARKETING

2009 – 2014

### MANUAL DE ORGANIZACIÓN

ING: OSWALDO ROMAN  
CELICA – LOJA – ECUADOR

#### ASISTENTE DE PRODUCCIÓN

**Código: 005**

**Ámbito de Operación: Cantonal**

**Naturaleza de trabajo:**

Permitirá el contacto directo con la ciudadanía Celicana y los diferentes medios de comunicación

**Funciones:**

- Coordinar, supervisar y controlar la ejecución de coberturas televisivas, la edición y reproducción de material informativo; para la eficiente producción de programas de interés municipal
- Verificar que se dé un correcto tratamiento al material gráfico y audiovisual
- Organizar ruedas de prensa, conferencias y otros eventos de interés municipal
- Editar el material que será publicitado por los diferentes medios de comunicación social
- Realizar tomas fotográficas, de los diferentes actos y eventos que programe la institución
- Coordinar las acciones con el jefe de publicidad
- Procurar el mejoramiento continuo de los procesos del departamento
- Las demás actividades afines que le pueda señalar el Jefe de Publicidad

**Características de clase:**

- Cumplir a cabalidad con los horarios establecidos
- Responsabilidad en todas sus funciones
- Poseer liderazgo

**Requisitos mínimos:**

**Educación:** Licenciado en Comunicador Social

**Experiencia:** Mínima de 2 años en cargos similares

## **DISTRIBUCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING**

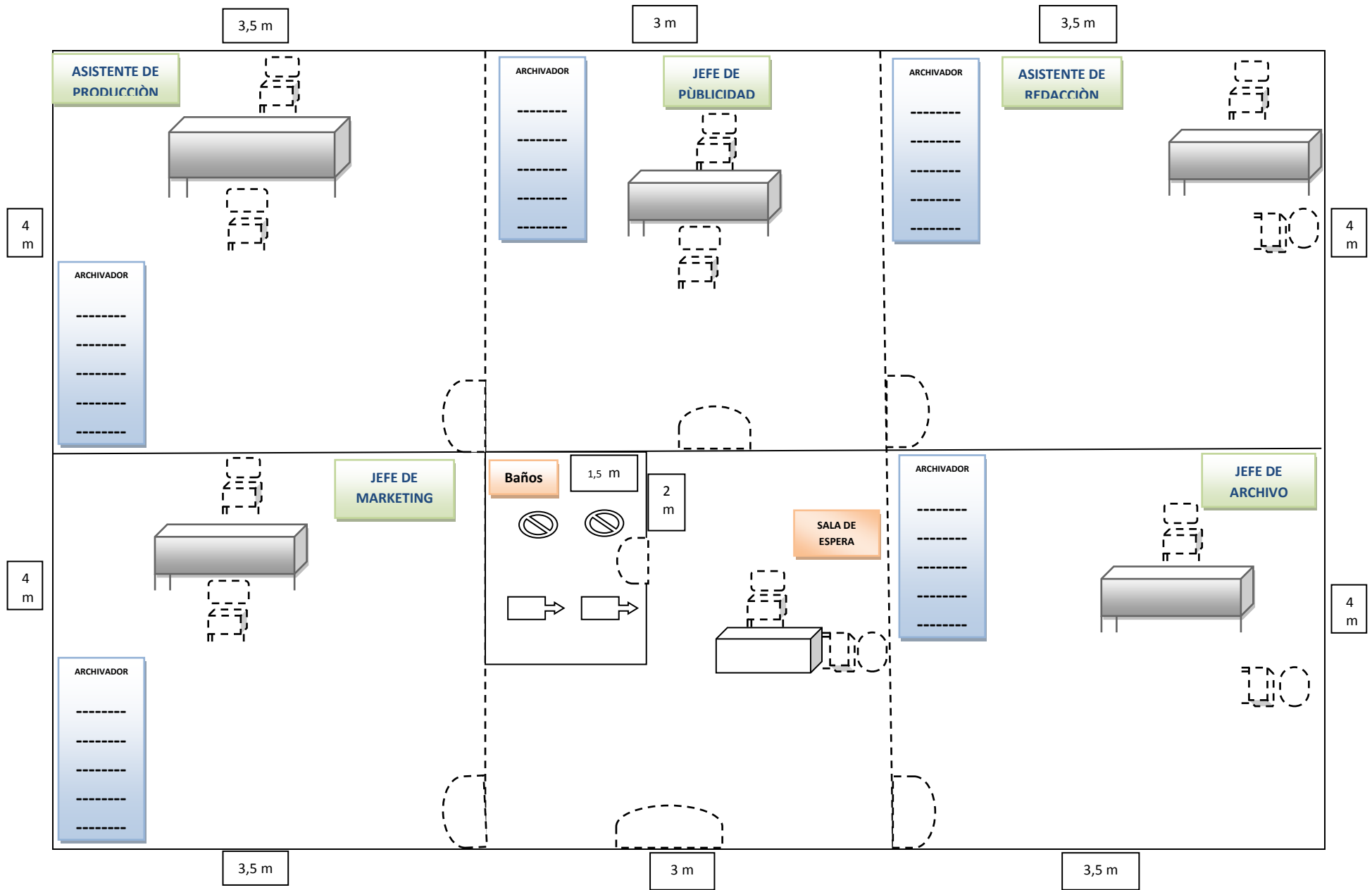
### **ESPACIO FISICO:**

Para la creación del Departamento se necesita el espacio físico de 8 metros de largo y 10 metros de ancho.

A continuación se detalla las medidas que ocupara cada oficina.

- Oficina del Jefe de Marketing: 4 m de largo X 3,5 m de ancho
- Oficina del Asistente de Producción: 4 m de largo X 3,5 m de ancho
- Oficina del Jefe de Publicidad: 4m de largo X 3 m de ancho
- Oficina del Asistente de Redacción: 4 m de largo X 3,5 m de ancho
- Oficina del Jefe de Archivo: 4 m de largo X3,5 m de ancho
- Baño: 2 m de largo X 1,5 m de ancho
- Sala de espera: ocupará los metros restantes

Gráfico N° 7





## PRESUPUESTO

Para la implementación de este Departamento de Marketing se requiere elaborar cada uno de los presupuestos para obtener su costo. A continuación se los detalla:

Cuadro N° 5

### PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>5</b>	Teléfonos	\$ 8,00	<b>\$ 40,00</b>
<b>1</b>	Cámara filmadora	\$ 500,00	<b>\$ 500,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 508,00</b>	<b>\$ 540,00</b>

FUENTE: COMERCIAL CELCOS  
ELABORACION: AUTOR

Son los Bienes utilizados por el personal administrativo para todas las actividades encomendadas.

Cuadro N° 6

**PRESUPUESTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>5</b>	Computadora	\$ 600,00	\$ 3000,00
<b>5</b>	Impresora	\$ 60,00	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$900,00</b>	<b>\$ 3300,00</b>

FUENTE: MASTER PC  
ELABORACION: AUTOR

Serán utilizados por el personal administrativo para la realización de todas las actividades que conllevan a la utilización de cómputo. Los mismos que están dirigidos a todo el personal de este departamento.

Cuadro N° 7

**PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>5</b>	Escritorios de Oficina	\$ 180,00	\$ 900,00
<b>1</b>	Mesa	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>12</b>	Sillas	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>5</b>	Archivadores 5 gavetas	\$ 100,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 345,00</b>	<b>\$ 1740,00</b>

FUENTE: INCOL.SA.  
ELABORACIÓN: AUTOR

Bienes que serán utilizados por el personal del Departamento

Cuadro N° 8

**PRESUPUESTO ÚTILES DE OFICINA**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>V/T POR AÑO</b>
5	Grapadora	\$ 5,00	\$ 25,00
15	Caja de grapas	\$ 1,00	\$ 15,00
5	Perforadora	\$ 5,00	\$ 25,00
3	Cajas de lápices	\$ 2,00	\$ 6,00
5	Sacapuntas	\$ 0,25	\$ 1,25
3	Cajas de esferográficos	\$ 2,75	\$ 8,25
5	Resmas de hojas	\$ 3,50	\$ 10,50
10	Borradores	\$ 0,15	\$ 1,50
5	Correctores	\$ 1,25	\$ 6,25
5	Reglas	\$ 0,25	\$ 1,25
4	Caja de clips	\$ 0,85	\$ 3,40
25	Carpetas	\$ 0,25	\$ 6,25
10	Marcadores	\$ 0,80	\$ 8,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 23,05</b>	<b>\$ 117,65</b>

FUENTE: GRÁFICA SANTIAGO  
ELABORACIÓN: AUTOR

Materiales que permiten dar un mejor funcionamiento en las actividades del área administrativa; cabe mencionar que el presupuesto se lo ha establecido de forma anual.

Cuadro N° 9

**PRESUPUESTO DEL PERSONAL**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>SUELDOS MENSUALES</b>	<b>SUELDOS ANUALES</b>
<b>Jefe de Marketing</b>	\$ 500,00	\$ 6000,00
<b>Jefe de Archivo</b>	\$ 360,00	\$ 4320,00
<b>Jefe de Publicidad</b>	\$ 400,00	\$ 4800,00
<b>Asistente de Redacción</b>	\$ 400,00	\$ 4800,00
<b>Asistente de Producción</b>	\$ 400,00	\$ 4800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2060,00</b>	<b>\$ 24.720,00</b>

Fuente: Dirección Financiera (presupuesto) Gobierno Municipal de Celica  
 ELABORACIÓN: AUTOR

El presupuesto mensual del personal administrativo para el Departamento de Marketing es de: **\$ 2.060,00**; y de forma anual es de: **\$ 24.720,00 DOLARES AMERICANOS.**

Cuadro N° 10

**RESUMEN DEL PRESUPUESTO PARA EL DEPARTAMENTO DE  
MARKETING**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
<b>Activos Fijos</b>	
<b>Equipo de Oficina</b>	\$ 540,00
<b>Equipo de Computo</b>	\$ 3300,00
<b>Mueble y Enseres</b>	\$ 1740,00
<b>Capital de Trabajo</b>	
<b>Útiles de oficina</b>	\$ 117,65
<b>Sueldos y Salarios Anual</b>	\$ 24.720,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.417,65</b>

Fuente: cuadro N° 5,6,7,8,9  
ELABORACIÓN: AUTOR

El Costo Total para la creación del Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal del Cantón Celica es de: **\$ 30.417,65 DÓLARES AMERICANOS**; Cabe mencionar que están incluidos los sueldos y salarios de forma anual con el cual funcionará el Departamento de Marketing en la institución

**PLAN DE MARKETING PÚBLICO PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA AÑO 2012**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>FECHAS DE CUMPLIMIENTO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Dar a conocer a la población los servicios públicos que ofrece la institución	Comunicar quincenalmente en la emisora ``Radio Integración`` de la ciudad de Alamor	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jefe de Marketing</li> <li>✓ Jefe de Publicidad</li> <li>✓ Jefe de Archivo</li> </ul>	Cada día 15 desde Enero a Diciembre	100.00 Dólares	\$ 2400.00	Copia de las publicaciones
Difundir el plan vial del Cantón Celica	Publicaciones mensualmente en la emisora ``Radio Celica Súper Stéreo``	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jefe de Marketing</li> <li>✓ Asistente de Producción</li> <li>✓ Jefe de Archivo</li> </ul>	Cada día 5 desde Enero a Diciembre	100 Dólares	1200 Dólares	Copia de las publicaciones
Dar a conocer las funciones y obras que ejecuta el Gobierno Municipal	Comunicar trimestralmente por la prensa escrita periódico ``La Hora``	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jefe de Marketing</li> <li>✓ Asistente de Redacción</li> <li>✓ Jefe de Archivo</li> </ul>	Cada día 1 desde Enero a Diciembre	150.00 Dólares	450.00 Dólares	Copia de las publicaciones
Difundir las acciones y labores efectuadas por el Gobierno Municipal	Publicaciones anuales en la emisora ``Radio Integración``; Periódico ``La Hora``; canal televisivo Ecotel TV.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jefe de Marketing</li> <li>✓ Jefe de Publicidad</li> <li>✓ Jefe de Archivo</li> <li>✓ Asistente de Redacción</li> <li>✓ Asistente de Producción</li> </ul>	20 de Enero del 2013	600.00 Dólares	600.00 Dólares	Copia de las publicaciones

# CONCLUSIONES



## **i. CONCLUSIONES**

De todo lo analizado y finalizado el presente trabajo de tesis, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El Gobierno Municipal del Cantón Celica en su mayoría no poseen conocimientos sobre Marketing Municipal
- Existe la falta de aplicación de imagen corporativa en la institución
- El Gobierno Municipal no cuenta con un departamento exclusivo de marketing para dar a conocer su accionar
- El 62,77% de la población desconocen sobre la existencia de algún espacio informativo por parte del Gobierno Municipal.
- La mayor parte de la población no conocen sobre las funciones que tiene el Municipio hacia sus comunidades.
- La imagen institucional que presenta el Gobierno Municipal es regular.
- Es necesario la Creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal del Cantón Celica, para que por medio de este la población se informe de su accionar y mejore su imagen institucional

# RECOMENDACIONES

## **j. RECOMENDACIONES**

Una vez establecidas las conclusiones correspondientes del trabajo, se procede a plantear las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda al Gobierno Municipal buscar mecanismos de asesoramiento sobre Marketing Municipal
- Se recomienda que debe mejorar su presentación (infraestructura, remodelación de algunos departamentos, implementación de carteles interna y externamente o por lo menos en la parte externa un letrero donde conste el nombre de la municipalidad.
- Que el Gobierno Municipal analice la necesidad de la creación de un Departamento de Marketing, respaldado en este estudio realizado
- A través de este Departamento de Marketing se investigue cada una de las necesidades que tiene la población, para que estas sean atendidas por el Gobierno Municipal y a la vez mejorar su imagen Institucional.

# BIBLIOGRAFÍA

## k. BIBLIOGRAFÍA

- BRAVO, Juan (1995), el diagnostico, Díaz santos S.A, pág. 15–17
- Constitución Política del Ecuador 2008, Título Segundo, Sección Quinta, pág. 17.
- Constitución Política del Ecuador 2008, Título VII, Capítulo Primero Sección Primera, pág. 115-116.
- GOMEZ Ceja (1997) “Sistemas administrativos”, México, Mc Graw Hill
- Gustavo Bravo, Guillermo Gómez, Pablo Vilches. Marketing Municipal. Ingeniero comercial en administración de empresas. Santiago, Universidad de Santiago de Chile, 1995. 36p
- Kotler, Philip (2003). Fundamentos de Marketing (6ª edición). Pearson Educación de México, S.A. de C.V. pp. 712. ISBN 970-26-0400-1
- ODEPLAN, Plan Estratégico de Desarrollo y seguridad Nacional Ecuador 2000-2025. pág.114.
- Sistema Nacional de Estadísticas y Censos. Boletines Estadísticos, Quito 2010, pág.18.

## BIBLIOGRAFÍA EN INTERNET

- [www.es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente)
- [www.auditoriaguerrero.gob.mx/PDFs/profis/cursos09/gestion\\_municipal](http://www.auditoriaguerrero.gob.mx/PDFs/profis/cursos09/gestion_municipal)
- [www.celicano.com](http://www.celicano.com)
- [www.carbonetipografia.com.ar/tipo2/identidad.pdf](http://www.carbonetipografia.com.ar/tipo2/identidad.pdf)
- [www.loja.gov.ec](http://www.loja.gov.ec)
- [www.trabajo.com.mx/mision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm)
- [www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa](http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa)
- [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Política - En caché - Similares

**ANEXOS**

**ANEXO N° 1**



**ENTREVISTA DIRIGIDA AL Sr. ALCALDE DE CANTÓN CELICA**

**Nombre:** Ing. Oswaldo Román

**fecha:** .....

1. ¿Qué tiempo lleva al frente de esta institución?

.....

2. ¿Tiene actualmente algún problema para coordinar la acción municipal con las demás entidades públicas y privadas?

.....

3. ¿Qué servicios brinda el Gobierno Municipal a la ciudadanía Celicana?

.....

5. ¿Cómo es la colaboración del grupo de trabajo en la institución?

.....

6. ¿Se cumple con todo lo establecido en el Plan Operativo Anual?

.....

7. ¿La institución cuenta con un plan de capacitación para los empleados y directivos?

.....

8. ¿Cuenta con un espacio informativo para dar a conocer el accionar de la institución?

.....

9. ¿Cada que tiempo da a conocer sus actividades que realiza?

.....

10. ¿Qué actividades se encuentra realizando el Municipio en la actualidad?

.....



11. ¿De qué manera promueve la participación comunitaria y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes?

.....

12. ¿El Municipio cuenta con un departamento exclusivo para dar a conocer el accionar institucional?

.....

13. Para la imagen corporativa de la institución ¿Qué métodos o elementos utiliza. ?

.....

14. ¿Usted tiene conocimiento sobre Marketing Municipal?

.....

15. ¿Está de acuerdo con la creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal?

.....

16. ¿Qué sugerencias nos daría para la implementación de este Departamento de Marketing en la institución?

.....

.....

.....

**Gracias por su colaboración**



**ANEXO N° 2**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SEÑORES CONCEJALES DEL CANTÓN CELICA**

La presente encuesta tiene la finalidad de pedirle a Usted, se digne contestar las siguientes preguntas, con el objetivo de conocer la estructura administrativa y los servicios que brinda el Municipio a la ciudadanía, le garantizó que sus respuestas serán manejadas con absoluta reserva, la misma que no le quitara mucho tiempo.

**DATOS GENERALES:**

Edad: .....

Sexo:

Título académico: ..... Cargo o puesto:.....

**1. ¿Indique cuáles son las funciones que Ud. Desempeña?**

.....  
.....  
.....  
.....

**2. ¿Tiene actualmente algún problema para coordinar la acción municipal con los demás compañeros de trabajo?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

Por qué.....

**3. ¿Qué servicios brinda el Gobierno Municipal a la ciudadanía Celicana?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Ud. Cree que se cumple con todo lo establecido en el Plan Operativo Anual?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

Porque.....

5. ¿La institución cuenta con un plan de capacitación para los empleados y directivos?

Si ( )	No ( )
--------	--------

Por qué.....

6. ¿El Gobierno Municipal cuenta con un espacio informativo para dar a conocer el accionar de la institución?

Si ( )	No ( )
--------	--------

7. ¿Si su respuesta es afirmativa porque medio lo realiza?

.....

8. ¿Cada que tiempo el Municipio informa sobre la Administración Municipal que desempeña a la comunidad?

Mensual ( )	Trimestral ( )	Anual ( )
-------------	----------------	-----------

9. ¿Qué actividades se encuentra realizando el Municipio en la actualidad?

.....  
.....  
.....  
.....

10. ¿Ud. de qué manera promueve la participación comunitaria y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes?

.....  
.....  
.....

11. ¿El Municipio cuenta con un Departamento exclusivo para dar a conocer el accionar institucional?

Si ( )	No ( )
--------	--------

**12. ¿Usted tiene conocimiento sobre Marketing Municipal?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

Explique:.....  
.....

**13. ¿Está de acuerdo con la creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

Porque:.....

**14. ¿Qué sugerencias nos daría para la implementación de este Departamento de Marketing en la institución?**

.....  
.....  
.....  
.....

**Gracias por su colaboración**



**ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL QUE LABORAN EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA**

La presente encuesta tiene la finalidad de pedirle a Usted, se digne contestar las siguientes preguntas, con el objetivo de conocer la estructura administrativa y los servicios que brinda el Gobierno Municipal a la ciudadanía, le garantizo que sus respuestas serán manejadas con absoluta reserva, la misma que no le quitara mucho tiempo.

**DATOS GENERALES:**

Edad: .....

Sexo:

Título académico: ..... Años de servicio: .....

**1. ¿Cómo es la relación laboral de Ud. con el Sr. Alcalde?**

Excelente ( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
---------------	-----------	-------------	----------

Por qué:.....

**2. ¿Cuáles son los servicios que presta el Gobierno Municipal?(Marque con X)**

<b>SERVICIOS</b>	<b>Marcar (X)</b>
Agua potable	
Alcantarillado	
Vías de acceso	
Cementerio	
Camal	
Mercado Municipal	
Recolección de Basura	

Limpieza de calles	
Centro de Desarrollo Infantil	
Centro de Apoyo Escolar	
Centro Psicopedagógico	
Biblioteca	
Transporte Estudiantil	
Unidad Médica	
Cuerpo de Bomberos	
Comedor	
Ancianato	
Proyecto Ambulatorio	
Grupo de Danza música folklórica	
Curso de guitarra, pintura y música	
Vivero Municipal	
Campeonato Inter Jorgas	
Atención a la Población en el Municipio	

**3. ¿Conoce Ud. Que actividades se encuentra realizando el Gobierno Municipal en la actualidad?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

Cuales:.....  
 .....

**4. ¿Cómo califica Ud. la colaboración de los grupos de trabajo en la institución?**

Excelente ( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
---------------	-----------	-------------	----------

Por qué.....

**5. ¿Ud. cumple con todo lo establecido en el Plan Operativo Anual?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

Por qué.....

**6. ¿Conoce Ud. Si la institución cuenta con un plan de capacitación y adiestramiento específico al personal del área de servicio?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

**7. ¿Cree Ud. Que el Sr. Alcalde promueve en el mejoramiento económico y social de los habitantes del municipio?**

Si ( )	No ( )
--------	--------

Por qué.....

**8. ¿Según su criterio como califica la estructura orgánica administrativa del Municipio?**

Excelente( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
--------------	-----------	-------------	----------

Por qué.....

**¿Sugerencias?**

.....  
.....

**Gracias por su colaboración**



## ENCUESTA DIRIGIDA AL USUARIO

La presente encuesta tiene la finalidad de pedirle a Usted, se digne contestar las siguientes preguntas, con el objetivo de conocer la situación actual de los servicios que presta el Municipio a su comunidad, le garantizó que sus respuestas serán manejadas con absoluta reserva, la misma que no le quitara mucho tiempo.

### DATOS GENERALES:

Edad: .....

Sexo:

Estado civil: .....

Nº carga familiar: .....

Trabaja: .....

Nivel de ingresos: .....

### 1. ¿Cómo le pareció el accionar Municipal de la Antigua Administración?

Excelente ( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
---------------	-----------	-------------	----------

Porque.....

### 2. ¿De la presente Administración Municipal como cataloga su accionar?

Excelente ( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
---------------	-----------	-------------	----------

Porque.....

### 3. ¿Conoce Ud. las funciones que realiza el Municipio?

Si ( )	No ( )
--------	--------

Indique cuales

.....  
 .....



4. ¿Cuáles son los servicios que le brinda el Gobierno Municipal? ( marque con una X)

<b>SERVICIOS</b>	<b>Marcar (X)</b>
Agua potable	
Alcantarillado	
Vías de acceso	
Cementerio	
Camal	
Mercado Municipal	
Recolección de Basura	
Limpieza de calles	
Centro de Desarrollo Infantil	
Centro de Apoyo Escolar	
Centro Psicopedagógico	
Biblioteca	
Transporte Estudiantil	
Unidad Médica	
Cuerpo de Bomberos	
Comedor	
Ancianato	
Proyecto Ambulatorio	
Grupo de Danza música folklórica	
Curso de guitarra, pintura y música	
Vivero Municipal	
Campeonato Inter Jorgas	
Atención a la Población en el Municipio	

5. ¿Los servicios públicos que efectúa el Municipio cubren con las necesidades de su comunidad?

Si ( )	No ( )
--------	--------

Por qué.....

6. ¿según su criterio La atención que le brinda el Personal del Municipio es?

Excelente ( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
---------------	-----------	-------------	----------

Porque.....

7. ¿Qué medio de comunicación utiliza Usted con mayor frecuencia?

Periódico ( )	Radio ( )	Televisión ( )
---------------	-----------	----------------

8. ¿Cómo se llama este medio?

.....

9. ¿Conoce Usted si existe un espacio informativo por parte del Municipio para dar a conocer la administración que desempeña?

Si ( )	No ( )
--------	--------

10. Si su respuesta es afirmativa ¿indique cada que tiempo se le informa?

Mensual ( )	Trimestral ( )	Anual ( )
-------------	----------------	-----------

11. ¿Los espacios informativos que ofrece el Municipio son?

Excelente ( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
---------------	-----------	-------------	----------

Por qué.....

**12. ¿Por medio de quien solicita se le atiendan las necesidades insatisfechas en su comunidad?**

ALCALDE ( )	CONCEJALES ( )	RELACIONES PUBLICAS ( )
----------------	-------------------	----------------------------

Por qué.....

**13. ¿Según su criterio como observa la Imagen Municipal?**

Excelente ( )	Bueno ( )	Regular ( )	Malo ( )
---------------	-----------	-------------	----------

Por qué.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO N° 3**

**FOTOGRAFIAS DEL CANTÓN CELICA**

**IGLESIA CENTRAL**



**PARQUE CENTRAL**



**ANEXO Nº 4**

**GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA**





## ESPACIO FISICO DEL GOBIERNO MUNICIPAL



**ANEXO Nº 5**

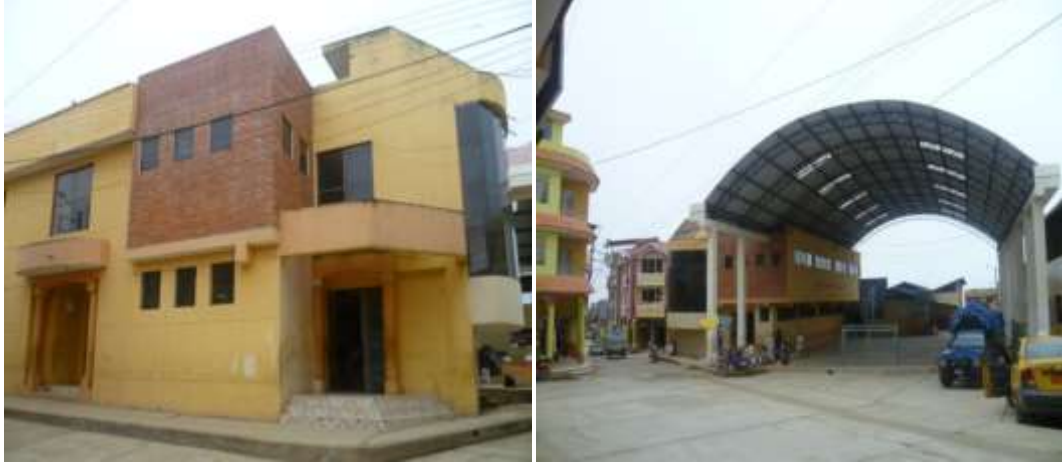
**PERSONAL ADMINISTRATIVO**



**ANEXO Nº 6**

**OBRAS DEL GOBIERNO MUNICIPAL**

**MERCADO MUNICIPAL**



**CAMAL MUNICIPAL**



**COLISEO**



**CEMENTERIO**





**ANEXO Nº 7**

**VISITA AL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CELICA**



# ÍNDICE

## ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG</b>
CARATULA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
Título.....	1 - 2
Resumen.....	3 - 8
Summary.....	9 - 13
Introducción.....	14 - 17
Revisión de Literatura.....	18 - 50
Materiales Y Métodos.....	51 - 57
<b>RESULTADOS</b>	
.....	58
Entrevista Dirigida Al Sr. Alcalde del Cantón Céllica.....	59 - 62
Tabulación, Representación Gráfica e interpretación de las Encuestas.....	63 - 113
<b>DISCUSIÓN</b>	
Diagnóstico Situacional.....	114
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
Sector político.....	115 - 116

Sector económico.....	117 - 118
Sector social.....	121 - 122
Sector tecnológico.....	123
Sector ambiental.....	124 - 125
<b>FACTORES INTERNOS</b>	
Antecedentes históricos del Cantón Céllica.....	126 - 132
Antecedentes históricos del Gobierno Municipal.....	133 - 148
Problemas del Gobierno Municipal .....	149
<b>PROPUESTA</b>	
.....	150 – 151
Creación de un Departamento de Marketing en el Gobierno Municipal .....	152
Misión, visión, objetivos.....	153 –154
Estrategias, valores.....	155 –156
Políticas.....	157
Organización del Departamento de Marketing.....	158
Organigrama estructural.....	161
Organigrama funcional.....	160 - 161
Organigrama posicional.....	162
Organigrama general incluido el departamento de marketing.....	163
Manual de funciones.....	164
Manual de jefe departamental.....	165

Manual del jefe de archivo.....	166
Manual del jefe de publicidad.....	167
Manual del Asistente de redacción.....	168
Manual del Asistente de producción.....	169
Distribución del departamento de marketing	
Espacio físico.....	170 - 171
Presupuesto.....	172 - 177
Ejemplo de un plan de marketing público.....	178
CONCLUSIONES	
.....	181 - 180
RECOMENDACIONES	
.....	181 - 182
BIBLIOGRAFÍA	
.....	183 - 185
ANEXOS	
.....	186 - 204
ÍNDICE	
.....	205 - 208