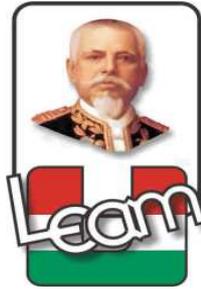




**UNIVERSIDAD LAICA
“ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

TEMA:

LA INCIDENCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SANTA ANA Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD.

A U T O R A:

ROSA MARYURI CAÑARTE GARCÍA

DIRECTOR DE TESIS

LIC. IVÁN CEVALLOS GARCÍA, MG.

MANTA MANABÍ ECUADOR

2015

TEMA:

**LA INCIDENCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN
EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE
SANTA ANA Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD.**

OTORGA A LA TESIS DE GRADO

La nota de.....equivalente
a:.....

.....
Lic. IVÁN CEVALLOS GARCÍA, MG.
DIRECTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



EL JURADO CALIFICADOR
OTORGA A LA SUSTENTACIÓN LA NOTA DE

.....
.....

.....
.....

PROMEDIO FINAL DE SUSTENTACIÓN

.....

Lo certifico:

SECRETARÍA DE FACULTAD
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Certifico que bajo mi dirección y asesoramiento, la señora: **ROSA MARYURI CAÑARTE GARCÍA**, ha elaborado el presente trabajo de investigación, titulado: **“LA INCIDENCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SANTA ANA Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD**. Como requisito previo para optar por el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

Lic. IVÁN CEVALLOS GARCÍA
DIRECTOR DE TESIS

Manta, Julio del 2015

CALIFICACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación sobre el tema: **“LA INCIDENCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SANTA ANA Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD”**. Sometido a consideración de autoridades de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

APROBADO

Lic. Rocío Saltos Carvajal, Mg. E.S.

DECANA DE FACULTAD

Lic Iván Cevallos García, Mg.

DIRECTOR DE TESIS

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

AUTORÍA

Los pensamientos, ideas, investigación, comentarios y resultados pertenecen exclusivamente a la autora.

ROSA MARYURI CAÑARTE GARCÍA

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida.

A mis padres que con sus consejos supieron guiarme y vencer los obstáculos para culminar mi carrera profesional.

A mis hijas que son mi orgullo y gran motivación, impulsándome a superarme cada día más para ofrecerles lo mejor.

A mi esposo por su aporte y apoyo incondicional en todo momento.
A mi tutor de tesis el licenciado Iván Cevallos García, por su esfuerzo y dedicación, por sus conocimientos, persistencia, motivación y paciencia, que han sido fundamentales para mi formación, inculcando en mi responsabilidad, seriedad y rigor académico.

ROSA MARYURI CAÑARTE GARCÍA

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres, quienes sembraron en mí la semilla del amor por el estudio.

A mis hijas Karla y Daniela que son el eje de mi vida alentándome para continuar, cuando parecía que me iba a rendir.

A mis amigas Laurita, Gina y María Virmania, quienes fueron un gran apoyo emocional durante el tiempo que escribía esta tesis. A mis maestros por sus sapiencias y enseñanzas, depositando confianza y esperanza en mí.

Pero principalmente dedico esta tesis a todos aquellos que no creyeron en mí, aquellos que esperaban mi fracaso en cada paso que daba hacia la culminación de mis estudios.

A todos aquellos que apostaron que me rendiría, aun cuando recién empezaba.

A todos los que imaginaron que no lo lograría, a todos ellos esta dedicatoria.

ROSA MARYURI CAÑARTE GARCÍA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	7
MARCO TEÓRICO	7
1.1 Relaciones Públicas.....	7
1.1.1 Origen de las relaciones públicas.....	7
1.2 Evolución y situación actual.....	10
1.3 Definición de las relaciones públicas.....	12
1.4 Comunicación como base de relaciones públicas.....	13
1.5 Funciones y objetivos de las relaciones públicas	14
1.5.1 Funciones de relaciones públicas.....	15
1.5.2 Objetivos de las relaciones públicas.....	15
1.5.3 Principios para unas buenas relaciones públicas.....	16
1.6 Diferentes términos.....	16
1.6.1 Relaciones publicas.....	16
1.6.2 Marketing.....	17
1.6.3 Periodismo.....	17
1.6.4 Publicidad.....	17
1.7 Relaciones publicas externas.....	17
1.7.1 Los accionistas, inversionistas y organizaciones financieras.....	19
1.7.2 Los clientes actuales y potenciales.....	19
1.7.3 Los proveedores y distribuidores.....	19
1.7.4 Las autoridades gubernamentales y no gubernamentales.....	19
1.7.5 La comunidad y los medios masivos de comunicación.....	20
1.8 Gobierno Autónomo Descentralizado.....	20
1.8.1 Autonomía.....	20
1.8.2 Descentralización.....	21
1.9 Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD).....	22

1.10	Gobierno Autónomo Descentralizado Regional	23
1.11	Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial.....	26
1.12	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.....	29
1.13	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial.....	33
	CAPÍTULO II.....	37
2	Diagnóstico o estudio de campo.....	37
2.1	Encuesta realizada a los ciudadanos del cantón Santa Ana, provincia de Manabí.....	37
	CAPÍTULO III.....	53
3	Propuesta	53
	Programa de mejoramiento de la imagen institucional del GAD de Santa Ana mediante diálogos con la comunidad para fortalecer su impacto institucional y social.....	53
3.1		53
3.1.1	Introducción a la propuesta	53
3.1.2	Fundamentación.....	53
3.1.3	Objetivos de la propuesta.....	54
3.1.4	Posibles actividades.....	55
3.1.5	Plan de actividades.....	56
3.1.6	Presupuesto.....	56
	CAPITULO IV.....	59
4.1	Conclusiones.....	59
4.2	Recomendaciones.....	60
	Bibliografía.....	62
	Anexos.....	62

El mundo empresarial, institucional o corporativo ha avanzado adecuadamente en la actualidad que las relaciones públicas se han convertido en el soporte comunicacional principal en toda organización o institución pública y privada. Es un conjunto de acciones estratégicas que tienen como principal gestión lograr consentimiento y aprobación entre los públicos que la estructuran y administran, aquello permitirá llegar de manera plausible a la comunidad donde desarrolla su servicio.

A su vez ese mandato de gestionar, organizar, desarrollar y facilitar un óptimo desarrollo tanto para la organización apegados a su misión y visión institucional como social, es lo que permitirá conocer en el presente trabajo de investigación el grado de incidencia de las relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto a la comunidad.

Para el efecto, en la investigación se realizará un diagnóstico para conocer de qué manera incide las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad. Lo que a su vez permitirá identificar el nivel de Relaciones Públicas y su aporte a la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana; así como describir a las relaciones públicas y su impacto a la comunidad de Santa Ana; consecuentemente demostrar cómo las relaciones públicas inciden en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa y su impacto a la comunidad.

Por ello el interés de la presente investigación de conocer la incidencia de las relaciones públicas en el gobierno autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Las relaciones públicas se han consolidado dentro del ámbito empresarial e institucional en las diversas sociedades modernas y productivas. Ha sido un proceso histórico lento donde se ha visto que las organizaciones ya no se las mira como simples productoras de mano de obra o de gestión de obras de infraestructura a través de los organismos seccionales, estatales y empresariales, sino que las relaciones públicas constituyen el arma estratégica y comunicativa que va junto a los ideales de progreso, cambio y bienestar de las diversas corporaciones, el rol de quienes trabajan dentro de ellas, anexo al quehacer de autoridades que buscan modernizar y optimizar profundos cambios en campos donde el hombre común pueda sentirse seguro, tranquilo y gozar de los beneficios que se le brinda a través de las organizaciones.

Lamb, Hair y Mc Daniel (2002)¹, definen las relaciones públicas como la función de la mercadotecnia que evalúa las actitudes del público, identifica áreas dentro de la empresa que interesarían a este y ejecuta un programa de acción para ganarse la comprensión y la aceptación del mismo. Además, según los mencionados autores, las relaciones públicas contribuyen a que una compañía se comunique con los clientes, proveedores, accionistas, funcionarios del gobierno, empleados y la comunidad donde opera.

Se reflexiona lo expuesto por los estudiosos al considerar que las relaciones públicas a través de un proceso planificador y exposición equilibra una serie de acciones tendientes a la aprobación de los públicos internos y externos, donde de por medio se comunica de manera específica a un conjunto de actores relacionados con la organización donde funciona.

Esta visión empresarial se observa a nivel mundial con empresas y organizaciones cuyo radio de acción, no solamente se centran en países donde nacen como tal, sino que expanden su obra productora y fines comerciales a muchos confines donde tienen una aceptación consolidada y arraigada.

¹ Del libro: «Marketing», Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 475.; Referencia de Iván Thompson, Definición de relaciones públicas; <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/relaciones-publicas-definicion.html>

En el caso de Ecuador y determinado de Santa Ana, un cantón manabita que tiene una población aproximada de 48 mil habitantes, se encuentra el Gobierno Autónomo Descentralizado, al igual que otras entidades rectoras del desarrollo seccional de cantones y comunidades rurales y urbanas de Manabí, con presupuestos medianos destinados a satisfacer el sentir, pensamiento y aspiración de contar con obras de infraestructura que contribuyan a un desarrollo integral sostenido.

En esta organización de desarrollo social y corporativo sus directivos se esfuerzan por salir adelante para vencer el subdesarrollo con obras y trabajos que satisfagan a sus habitantes. Las relaciones públicas que se ejercen a través del departamento de comunicación con el uso de herramientas comunicacionales están tratando de incidir en la opinión de la gente y que a su vez haya una retroalimentación efectiva, es decir un impacto positivo.

En el GAD del cantón Santa Ana existe la mejor intención de informar, tal vez los canales comunicacionales no son los adecuados, la obra que ejecuta la corporación no se está difundiendo apropiadamente, no hay un enlace óptimo entre el GAD y la comunidad como para determinar un impacto serio y tangible. Ante esta situación urge realizar un diagnóstico que analice de qué manera incide las relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Diagnosticar de qué manera incide las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad?

¿De qué manera se identifica el nivel de Relaciones Públicas y su aporte a la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana?

¿Cómo se describe a las relaciones públicas y su impacto a la comunidad de Santa Ana?

¿Cómo se demuestran las relaciones públicas y su incidencia en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto a la comunidad?

¿De qué manera las Relaciones Públicas inciden significativamente en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana y la comunidad?

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se demuestra la incidencia de las relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto a la comunidad?

JUSTIFICACIÓN

Las relaciones públicas se encargan de mostrar una imagen corporativa positiva de las empresas y organizaciones cuya responsabilidad social y corporativa está interrelacionada con públicos internos y externos. Su principal soporte son las estrategias que permitirán consolidar los vínculos y a la vez posicionar dentro de un contexto de sinergia o correlación el accionar de la organización con la comunidad.

Este trabajo de investigación se justifica por la importancia dentro del contexto corporativo de Santa Ana con su principal institución rectora del desarrollo y bienestar. El Gobierno Autónomo Descentralizado, su imagen y trabajo, el impacto que produce con los habitantes consecuentemente fortalece su estructura operativa y a su vez se robustece ante los organismos provinciales y nacionales que apoyan la labor seccional.

La presente investigación tiene factibilidad social, económica y técnica.

Social: De tal manera que benefició al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana, provincia de Manabí.

Económica: Puesto que la autora de esta investigación manejó los recursos necesarios para desarrollar la investigación.

Técnica: Por cuanto se contó con el apoyo de los especialistas en el área de las Relaciones Públicas e imagen corporativa.

OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar de qué manera incide las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el nivel de Relaciones Públicas y su aporte a la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.
- Describir a las relaciones públicas y su impacto a la comunidad de Santa Ana.
- Demostrar cómo las relaciones públicas inciden en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa y su impacto a la comunidad.

HIPÓTESIS

Las Relaciones Públicas inciden significativamente en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana y la comunidad.

VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

La incidencia de las relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana.

VARIABLE DEPENDIENTE

Impacto en la comunidad.

METODOLOGÍA

Métodos y técnicas

Métodos aplicados

Método deductivo: Considerando que se analizó la incidencia de las relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Método inductivo: Porque se estudiaron las ventajas que brinda la incidencia de las relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.

Método Estadístico: Permitted ayudar a la tabulación de los datos, la graficación e interpretación y análisis de resultados.

Método sintético: En la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

TÉCNICAS

Las técnicas que se aplicaron para la recolección de datos son:

Bibliográficas: En la fundamentación teórica.

Encuestas: En la recolección de la información de campo, a través de las encuestas aplicadas a la comunidad del cantón Santa Ana.

Entrevistas: para las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana.

MUESTRA

Se tomó en consideración a 100 personas, tanto de los que laboran dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana; y usuarios del mismo.

CAPÍTULO I

1.- MARCO TEÓRICO

1.1.- RELACIONES PÚBLICAS

1.1.1.- Origen de las relaciones públicas

Las relaciones públicas son tan antiguas como el hombre, si bien es cierto no eran reconocidas como tales, a pesar de eso ya se realizaban actividades relacionadas con este campo y sin duda con el paso del tiempo se fueron definiendo. En Grecia debido al sistema democrático que tenían, se crearon técnicas para persuadir al público y conseguir la voluntad de su pueblo, por lo tanto la oratoria se fue constituyendo como un medio de comunicación, el más usado por los políticos griegos de ese entonces conjuntamente con los discursos, literatura, arte, entre otros.

En el siglo XV la aparición de la imprenta jugó un papel trascendental, ya que se impulsó la circulación de la palabra escrita, convirtiéndose en una de las herramientas principales de las relaciones públicas. A principios del siglo XVI, se difundió por Europa la obra "El Príncipe" de Nicolás Maquiavelo, considerado como un tratado de las relaciones con los públicos para los gobernantes, esta obra influyó de forma significativa, llegando a políticos como Napoleón Bonaparte.

En esa misma época el movimiento protestante que tenía como sus iniciadores a Martín Lutero y Calvino, supieron emplear los medios de difusión que estaban a su alcance para influir en la opinión pública, lograron que las grandes masas del pueblo europeo se formaran una mala imagen de la Iglesia Católica y obtuvieron todo el apoyo para este movimiento. Por su parte la Iglesia Católica para tratar de cambiar la mala imagen que tenían también, utilizó medios para contrarrestar esto, que hoy se consideran relaciones públicas.

Por otra parte en Estados Unidos en la época de la colonización también se encuentran algunas actividades semejantes a las relaciones públicas, debido a que cada una de estas colonias usaba técnicas de publicidad para atraer a los

colonizados. En 1641 apareció la primera campaña para reunir fondos conjuntamente con el primer folleto, llamado New England's First Fruit esto a cargo de él Harvard College.

En 1758 se emitió el primer boletín de prensa para anunciar los ejercicios de graduación por el King's College conocido en la actualidad como la Universidad de Columbia. Sin duda estas técnicas de publicidad tuvieron importancia en tiempos de la guerra de revolución de Estados Unidos, es así que Samuel Adams inició la campaña de relaciones públicas en esa guerra de revolución dando prioridad a la comunicación con énfasis a la utilización de símbolos, el más conocido fue el Árbol de la Libertad, que se identificaba fácilmente. De esta forma consiguió que su versión de la historia llegara a un público receptivo, empleó todos los medios que estaban a su alcance.

Las relaciones públicas tuvieron actuación en el ámbito político en los primeros años de Estados Unidos, del mismo modo la publicación y difusión de documentos del Estado permitieron la ratificación de la Constitución de Estados Unidos, por consiguiente ese trabajo fue calificado como el más perfecto de relaciones públicas a través de la historia.

En el gobierno de Andrew Jackson apareció el primer secretario de prensa de la presidencia llamado Amos Kendall este transmitía las ideas del gobierno al Congreso y al pueblo, él conocía el valor de la opinión también, organizaba las ruedas de prensa. En el siglo XIX en Estados Unidos la práctica de las relaciones públicas fue más intensa la revolución industrial llegó a Estados Unidos con fuerza, con ella la migración, los niveles de vida se fueron acelerando, con ellos la expansión de fábricas, surgieron nuevos productos y formas de vida. El aparecimiento de las fábricas comenzó a marcar las diferencias entre jefes y empleados.

Las empresas progresaron exitosamente sin embargo por este crecimiento poco a poco perdían su contacto con el público, no tomaban en cuenta las necesidades de los trabajadores, se tenía el concepto de que mientras ellos

sabían menos de las fábricas mejor. Los trabajadores por su parte se comenzaron a organizar y formar sindicatos para reclamar sus derechos. Con las situaciones que se estaban dando las empresas comenzaron a reaccionar, por lo tanto quisieron atraer al público de nuevo, entonces se implementaron con expertos de relaciones públicas. Los que realizaban las actividades de relaciones públicas en ese tiempo se los llamaba agentes de prensa; estos eran periodistas que tenían vinculación con temas de espectáculos, oratoria, campañas, entre otros.

En 1903 el periodista Ivy Ledbertter Lee fue considerado el padre de las relaciones públicas por sus trabajos en la campaña para la Alcaldía de Nueva York y el Comité Nacional Demócrata, así como también, su trabajo en la Industria Americana del Carbón donde tenían que mejorar las relaciones en la empresa ya que ésta atravesaba por un período de huelgas, desestabilización entre las empresa y sus públicos, él se encargó de mejorar estas relaciones. Bajo los conceptos de negociar directamente con los directivos y tener la libertad para dar a conocer a la prensa los hechos totales.

La primera guerra mundial una época importante para el impulso de las relaciones públicas, el gobierno de Norteamérica creó un comité sobre la información pública de esta forma se ganó a la opinión pública y con este el apoyo para la guerra. Por consiguiente en la segunda guerra mundial se dio promoción a las acciones de relaciones públicas dentro de las empresas, durante esta guerra se demostró habilidad para la utilización de los medios de comunicación, ya que se requería reclutar a los soldados, motivarlos y contar con el apoyo de los estadounidenses.

En efecto el uso de estas grandes campañas tuvo éxito y sin duda se utilizaron todos los medios de comunicación y técnicas de publicidad. Por lo tanto las relaciones públicas están unidas desde sus orígenes a las actividades de influir en la opinión por medio de la actuación aceptable y la comunicación recíproca.

1.2.- EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL

Las relaciones públicas nacieron con la aparición del hombre sobre la tierra desde el momento mismo en que el hombre tuvo trato y comunicación con sus semejantes, existen las relaciones públicas sólo que el nombre no se conoció, sino a finales del siglo pasado. Desde la segunda mitad del siglo XX se puede tener mayor conocimiento de las relaciones públicas, sobre todo en su profesionalización es evidente que las relaciones públicas han recorrido un largo camino por la vida y cada vez van cobrando fuerza.

Después de la segunda guerra mundial se realiza un progreso completo de las relaciones públicas en los Estados Unidos, definitivamente se crea una evolución de la práctica y formación del personal, hacia una actividad de relaciones públicas. A principios de 1950 el City College de la Escuela de Negocios y Administración Civil de Nueva York anuncia cursos completos y en la Universidad de Boston se ofrece el título de Relaciones Públicas en la Escuela de Ciencias de las Relaciones Públicas, siendo una de las primeras.

En 1960 se crea la primera empresa de Relaciones Públicas en España, SAS de Relaciones Públicas. Para 1973 se realiza la II segunda Asamblea Nacional de Relaciones Públicas en Madrid, teniendo gran aceptación entre los profesionales. Así mismo el diario (El Acázar de Madrid) publica semanalmente una página sobre Relaciones Públicas, para promocionar la profesión a nivel mundial.

En los años de 1980 las relaciones públicas surgen con más fuerza y en 1981 el profesor Jordi Xifra funda la Escuela Superior de Relaciones Públicas de Girona en la Universidad de Barcelona siendo una de las escuelas significativas en España, luego se funda la consultoría de Relaciones Públicas Mediatique, Imagen y Comunicación presidida por José Luis Sanchis y Daniel Barquero para representar a España en el jurado de los premios internacionales de Relaciones Públicas el más importante del mundo.

Por otra parte en 1987 en la Universidad de Chile el título de Relaciones Públicas adquiere rango universitario y pasa a impartirse en seis universidades, mientras que en Medellín en el mes de febrero se realizó un Seminario

Interamericano de Relaciones Públicas auspiciado por el Centro Interamericano de Estados Superiores de Relaciones Públicas, (CIESURP) y por el departamento de comunicación.

Para 1992 en España en la Universidad Estatal de Winthrop se gradúan por primera vez con una licenciatura en Relaciones Públicas. Por consiguiente en 1999 José Daniel Barquero y Jordy Xifra publican el libro Tratado de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales. Las relaciones públicas ayudan a conseguir una relación mutua entre instituciones y grupos estableciendo relaciones fuertes que benefician al público.

Hoy en día las relaciones públicas se extienden por todo el mundo en los países de Estados Unidos, Alemania, Japón, Canadá que son sociedades de consumo las relaciones públicas han logrado perfeccionamiento. En Rusia y España el interés por las relaciones públicas va creciendo, la humanidad se encuentra en una época de cambios que avanzan rápidamente y se extiende poco a poco en todo el mundo.

Estos resultados producen un verdadero proceso de transformación social que afecta a toda la humanidad, en un mundo individualizado por la competitividad de productos o servicios hace que las organizaciones sean más competitivas, llevándolos a buscar estrategias que mejoren los productos o servicios, creadas por personas que sientan pasión por lo que hacen y sean capaces de generar confianza y credibilidad ante las potenciales demandas del mercado y esto se consigue por medio de la implementación de las relaciones públicas.

La presente situación económica y social en las organizaciones, hace que sea imprescindible tener buenas relaciones con sus públicos, los cuales son importantes para tener éxito. Algunas instituciones en la actualidad no disponen de un Departamento de Relaciones Públicas, pero los públicos de estas instituciones tienen buen concepto, porque a través del tiempo los directivos han sabido aprovechar el momento y se han distribuido entre ellos mismos, esta función aprendida paulatinamente.

Las relaciones públicas en los últimos tiempos han sido reconocidas en el mundo moderno, prescindir de ellas, no aprender su utilidad y aplicación, será volver las espaldas a una evidente realidad. Las relaciones públicas se incorporan definitivamente a la vida moderna como una profesión que hoy se enseña, en muchas partes y que cada día se abre más campo y adquiere respeto.

1.3.- DEFINICIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las relaciones públicas se orientan prácticamente a obtener la comprensión de quienes laboran en una institución y por medio del uso adecuado y planificado de la misma se comunica con sus públicos escuchándolos y haciéndose escuchar. Están relacionadas con todas las acciones entre los hombres, no reemplazan otras diligencias pero pueden contribuir a ellas en muchas formas, tanto en la toma de decisiones generales como en el trabajo diario.

Las relaciones públicas fundamentan sus actividades en la organización, la opinión de los públicos y la comunicación, también están llamadas a canalizar, coordinar problemas particulares y generales de la organización. Su fin es asegurar el prestigio, proyectar una buena imagen y abrir canales de comunicación oportunos para que sean entendidos por los públicos. Las relaciones públicas son un proceso continuo, por el cual el personal directivo trata de obtener la buena voluntad de sus empleados y el público en general. ²

Ríos la define como “el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para, la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización y entre la organización y los demás sectores de la opinión pública”³. Por lo tanto se obtendrá la buena voluntad de los empleados.

Washington Dante especifica que “las relaciones públicas son en sí una función que evalúa las actividades del público, identifica la política y los procedimientos de un individuo o de una organización con el interés general y lleva a cabo un programa de acción destinado a atraerse la comprensión y la aceptación del

² GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.

³ RÍOS, Szalay “Relaciones Públicas: su administración en las organizaciones”, México, Trillas, 2004.

público”⁴. Es decir que las relaciones públicas deben desarrollarse como un verdadero servicio apoyando y coordinando los problemas generales de la institución.

Carolina Itoiz describe que las relaciones públicas “son una de las palancas más poderosas para impulsar el desarrollo económico y social de una comunidad, en razón de que las mismas hacen posible: Que, las empresas e instituciones sean consideradas como medio para el autodesarrollo de todos sus integrantes”⁵, es decir que cuando los canales de comunicación funcionan correctamente se consigue el aporte de todos sus miembros satisfactoriamente mejorando el rendimiento.

1.4.- COMUNICACIÓN COMO BASE DE RELACIONES PÚBLICAS

El fragmento substancial de las relaciones públicas que resuelve y evita los conflictos, es la comunicación, casi todos los problemas humanos, de instituciones, organizaciones entre otros, surgen por falta de comunicación. Al principio todas las actividades iniciales de relaciones públicas requerían y exigían habilidades de redacción, edición, diseño y dominar técnicas de comunicación. Los profesionales de relaciones públicas deben entender a la comunicación, el comportamiento de los públicos y a las organizaciones. Las relaciones públicas sin duda son un poderoso instrumento para impulsar el adelanto social y económico, hacen posible que los organismos e instituciones se consideren compactos.

La comunicación es necesaria para poder relacionarse con los diferentes públicos, interno y externo de los que dependen o se relacionan las empresas e instituciones. Estas relaciones son posibles gracias a la comunicación la cual tiene participación activa y en su proceso de recepción de mensajes fortalece a las relaciones públicas. La comunicación permite potenciar las prácticas institucionales y busca producir un resultado cognitivo o emocional.

⁴ DANTE, Washington “Como se Practican las Relaciones Públicas”, Editorial Librería Mitre, Buenos Aires.

⁵www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/relhumitoiz.htm Carolina Itoiz (Obtenido el 24 de mayo de 2015).

La comunicación está inmersa en actividades de formación y es eje de las relaciones con las públicas. La comunicación es intangible, la clave de su éxito consiste en gestionarla mediante un departamento de relaciones públicas. La comunicación es el intercambio de la razón entre las personas, cuando interfieren más personas existe el peligro de que la comunicación se altere, en las organizaciones una comunicación mal direccionada puede generar barreras de incomunicación.

La comunicación al ser direccionada por las relaciones públicas encuentra una coordinación y perfeccionamiento en las entidades. Es evidente que las organizaciones dependen mucho del buen uso de la comunicación, si se quiere sobrevivir y conservar su eficacia. Hay un cierto número de personas que se interesan por la comunicación, sin embargo para los que practican relaciones públicas, constituyen uno de los elementos principales. Su conocimiento tiene que ser amplio porque implica a la comunicación⁶.

1.5.- FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Barquero manifiesta que la función de relaciones públicas es la de “mantener las adecuadas relaciones de una organización, empresa, holding, o colectivo determinado, con sus clientes públicos, para la viabilidad y consecución de unos objetivos previamente fijados”⁷, de ese modo existirá una correcta organización.

La función de las relaciones públicas es el conjunto de actividades realizadas por cualquier organización para la creación y sostenimiento de buenas relaciones. Entre los que integran la organización y los sectores de la opinión pública también, conocidos como públicos. Estos pueden ser: proveedores, inversionistas, clientes, gobierno y público en general, con el propósito de proyectar ante ellos una imagen positiva que contribuya al alcance de los objetivos de la organización. Es decir la función de las relaciones públicas es el esfuerzo planeado para influir en la opinión mediante la actuación aceptable de la comunicación.

⁶ GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.

⁷ BARQUERO, José Daniel “Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales”, Barcelona, gestio200, 1999.

1.5.1.- Funciones de relaciones públicas

Información pública.-Es la función que analiza el desarrollo de todas las actividades de una entidad para seleccionar aquellas que puedan tener interés para los públicos.

Publicaciones.-Se recogen los materiales escritos y gráficos que se van a transformar en publicaciones con el fin de promoverlos.

Divulgaciones.-Se desarrollan en base a programas de contenido cultural bajo las cuales se exponen, ante grupos selecciones, las realizaciones, las necesidades, en un momento dado en la empresa.

Las relaciones públicas también tienen objetivos, el central es de legitimar las decisiones de la organización, se basa en principios del bien común, justicia y democracia⁸.

Para Barquero el objetivo que tienen las relaciones públicas es “analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a la alta Dirección de la Organización, así como el establecimiento de programas de acción que se sirvan al interés de la misma”⁹ con esto se logran las metas propuestas en una entidad determinada.

1.5.2.- Objetivos de las relaciones públicas

- Consolidar y proyectar la imagen de la organización.
- Crear opinión pública.
- Afianzar el factor humano.
- Apoyar el área de comercialización.
- Encargarse de los actos ceremoniales y religiosos.
- Interrelacionar e integrar al público.

⁸ GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.

⁹ BARQUERO, José Daniel, “Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales”, Barcelona, gestio200, 1999.

- Difundir por la prensa.
- Trabajar en la publicidad institucional.
- Comunicarse con los sectores relacionados.

1.5.3.- Principios para unas buenas relaciones públicas

Las relaciones públicas tiene por objeto crear y mantener una buena imagen de prestigio para merecer el favor de la opinión por lo tanto es importante conocer algunos principios:

- **Las relaciones públicas.-** Crean y mantienen imágenes positivas, nunca negativas.
- **Las relaciones públicas son un sistema de comunicación.-** Primordialmente de comunicación masiva; también cumplen la tarea de interpretar, de traducir lo que piensa la opinión ante la institución para la cual colabora.
- **Las relaciones públicas son institucionales.-**Es indudable que se preocupen por dar a conocer intangibles, principios y criterios, en su tarea de formar imágenes que amparen el desenvolvimiento de las organizaciones a las cuales sirven.
- **Las relaciones públicas.-**Se conducen por personas, para personas y entre personas.
- **Las relaciones públicas.-**Están ligadas al secreto ético profesional.

1.6.- DIFERENTES TÉRMINOS

1.6.1.- Relaciones públicas

Es la función directiva pero desde el servicio, crea y pone en práctica programas y políticas con fines de influir en la opinión del público. Las relaciones públicas son las actividades de industrias, asociaciones, corporaciones, gobiernos, instituciones y otras organizaciones para promover y sostener sanas relaciones con personas determinadas, tales como: consumidores, empleados o comerciantes y con el público en general, para así

adaptarse a su medio ambiente, en beneficio de la sociedad. A si mismo tiende a crear y proyectar la imagen de la organización, genera opinión pública e investiga lo que se dice de la organización.

1.6.2.- Marketing

Es el conjunto de políticas, destinadas a la optimización del precio, distribución, producto y promoción que satisfacen las necesidades del consumidor, para obtener el mejor beneficio a corto y medio plazo; son técnicas para comercialización, investigación, diseño y aplicación de ventas. Es una palabra de origen inglés que puede ser traducido como mercadotecnia.

1.6.3.- Periodismo

El periodismo es la actividad profesional en la cual se recoge, sintetiza y pública la noticia, también es la capacitación y el tratamiento escrito, oral, visual y gráfico de la información. Para realizar esta tarea el periodista consulta fuentes confiables y recurre a su propio testimonio en cualquiera de sus formas y variedades.

1.6.4.- Publicidad

Es la acción de comunicación unilateral, generalmente utiliza como soporte a los distintos medios de comunicación de masas y en la que se encuentra recogido el interés comercial de la empresa, su objetivo es la venta de una marca para el mayor consumo de un producto o servicio, también se la entiende como el conjunto de medios que se emplean para divulgar o hacer extensiva noticias de las cosas o los hechos, son estrategias para crear necesidades de consumo para vender.

1.7.- RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS

Las Relaciones Públicas, son vinculaciones con los públicos. Esta disciplina busca insertar a la empresa o institución dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos externos como internos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses. Las relaciones públicas externas mejoran las actividades frente a los públicos externos con los que se

relaciona buscando transmitir una buena imagen al público externo. Los públicos pueden ser una persona o casi siempre un conjunto de personas capaces de tomar decisiones que se interesan a la vida de la institución¹⁰.

Grunig y Hunt definen al público “como un sistema libremente estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema o tema, interactúan, ya sea cara a cara o por medio de canales interpuestos, y se comportan como si fuera una sola unidad”¹¹, es así que los miembros de un público discuten los problemas y se organizan para hacer algo al respecto. Los públicos también se pueden crear por los efectos que se producen en las organizaciones y por consiguiente los miembros se unen y forman públicos. No se debe olvidar que los públicos activos, son los que definen la responsabilidad y socialización, además tiene la capacidad para llegar a los medios u otros entes del estado, para ser escuchados.

Cuando los públicos están bien organizados y se tornan activos, toman decisiones. El público busca siempre información que los refuerce y ayude a construirse es primordial mantener una buena comunicación con los públicos. La comunicación externa posibilita que el público conozca la institución, su oferta de servicios, sus posiciones, modos de funcionamiento.

Grunig y Hunt manifiestan que “las organizaciones deben darse cuenta de que el no alcanzar sus objetivos internos puede dificultar el alcanzar los objetivos externos”¹², para que los públicos del entorno se sientan bien respecto a la organización.

Rafael Muñiz define a la comunicación externa como “el conjunto de operaciones de comunicación destinada a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, como directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas o a los poderosos públicos y administraciones locales y regionales”¹³. Es así que la

¹⁰ GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.

¹¹GRUNIG James y Todd Hunt, “Dirección de Relaciones Públicas”. Barcelona Ediciones Gestión2000, 2000.

¹²GRUNIG James y Todd Hunt, “Dirección de Relaciones Públicas”. Barcelona Ediciones Gestión2000,2000.

¹³www.marketing-xxi.com/lacomunicacion (Obtenido: el 24 de mayo de 2015).

comunicación externa es la transmisión y recepción de datos imágenes referidas a la organización y a su contexto.

Para la organización que tiene centrada la atención a los clientes, es fundamental mantener un doble flujo de comunicación, la comunicación externa es la que se dirige al público externo de la organización como:

1.7.1.- Los accionistas, inversionistas y organizaciones financieras

El accionista es importante transmisor de la imagen de la organización, puede ejercer influencia notable en la opinión pública sobre la institución. Las entidades bancarias acostumbran solicitar información interna del funcionamiento de la organización para conocer su situación económica y entorno general y tener confianza cuando no están correctamente informados se podría interpretar de forma negativa.

1.7.2.- Los clientes actuales y potenciales

Todas aquellas personas que demandan los productos o servicios que produce la organización. Se debe tener el convencimiento, de que el cliente es lo más importante y vital.

1.7.3.- Los proveedores y distribuidores

Las personas o entidades que ponen a disposición de las organizaciones los recursos humanos financieros o tecnológicos, necesarios para el logro de los objetivos institucionales. Los proveedores deben tener una imagen de solvencia financiera esto garantiza la parte económica.

1.7.4.- Las autoridades gubernamentales y no gubernamentales

Una buena relación con la administración consentirá obtener ventajas económicas, fiscales que facilita un continuo funcionamiento. Las organizaciones se obligarán en dar a conocer ante los sectores gubernamentales información respecto a la forma en que contribuyen al desarrollo socioeconómico de la comunidad local o nacional esto fortalecerá el apoyo de las autoridades.

1.7.5.- La comunidad y los medios masivos de comunicación

Las relaciones con la comunidad deberán ser planeadas teniendo siempre en cuenta las características de las mismas por lo tanto debe investigar las formas de pensar de la comunidad, sus intereses, necesidades conocer a sus líderes quienes son los que influyen más en la opinión pública. Para mantener una buena comunicación la que admitirá estar en contacto con las comunidades. Parte esencial de esta comunicación lo forman los medios de comunicación estos tienen gran poder de influencia sobre la vida y costumbres de los públicos. Así pues la organización deberá mantener informada a la comunidad al respecto para ello utilizará los medios de comunicación como el escrito y otros¹⁴.

1.8.- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO

1.8.1.- Autonomía

La palabra autonomía proviene del griego autónomos, compuesto de nomos que significa "ley" y autos que significa propio, por sí mismo, implica la posibilidad de darse su propia ley; para regir intereses peculiares de su vida interior, mediante normas y órganos de gobierno propio; es la libertad del propio gobierno otorgada a una jurisdicción política menor. "La autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales prevista en la Constitución comprende el derecho y la capacidad efectiva de estos niveles de gobierno para regirse mediante normas y órganos de gobierno propios, en sus respectivas circunscripciones territoriales, bajo su responsabilidad, sin intervención de otro nivel de gobierno y en beneficio de sus habitantes". (Art. 5 COOTAD, 2011) ¹⁵

La autonomía política es la capacidad de cada gobierno autónomo descentralizado para impulsar procesos y formas de desarrollo acordes a la historia, cultura y características propias de la circunscripción territorial. Se

¹⁴ GUAMÁN, Diana "El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales" Ecuador, 2010.

¹⁵ Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

expresa en el pleno ejercicio de las facultades normativas y ejecutivas sobre las competencias de su responsabilidad; las facultades que de manera concurrente se vayan asumiendo; la capacidad de emitir políticas públicas territoriales; la elección directa que los ciudadanos hacen de sus autoridades mediante sufragio universal, directo y secreto; y, el ejercicio de la participación ciudadana.

La autonomía administrativa consiste en el pleno ejercicio de la facultad de organización y de gestión de sus talentos humanos y recursos materiales para el ejercicio de sus competencias y cumplimiento de sus atribuciones, en forma directa o delegada, conforme a lo previsto en la Constitución y la ley.

La autonomía financiera se expresa en el derecho de los gobiernos autónomos descentralizados de recibir de manera directa, predecible, oportuna, automática y sin condiciones, los recursos que les corresponden de su participación en el Presupuesto General de Estado, así como en la capacidad de generar y administrar sus propios recursos, de acuerdo a lo dispuesto en la Constitución y la ley. Su ejercicio no excluirá la acción de los organismos nacionales de control en uso de sus facultades constitucionales y legales.

1.8.2.- Descentralización

“La descentralización de la gestión del Estado consiste en la transferencia obligatoria, progresiva y definitiva de competencias, con los respectivos talentos humanos y recursos financieros, materiales y tecnológicos, desde el gobierno central hacia los gobiernos autónomos descentralizados”. (Art. 105 COOTAD, 2011)¹⁶

En las relaciones entre el Gobierno Central y los Gobiernos Locales generalmente se producen contradicciones entre las fuerzas centrípetas o centralizadoras y las fuerzas centrífugas o descentralizadoras, como bien las definió Maurice Hauriou “...la centralización es la fuerza propia del gobierno del Estado y la descentralización es la fuerza por la cual, la nación reacciona

¹⁶Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

contra el gobierno del Estado.” De modo que la centralización busca ejecutar las leyes y gestionar los servicios, en tanto la descentralización procura llevar a la periferia la mayor suma posible de las facultades de decisión y de gestión.¹⁷

1.9.- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO (GAD)

El Gobierno Nacional del Ecuador, como parte de la nueva estrategia para construir un Estado democrático que procure el Buen Vivir de las y los ecuatorianos, ha establecido como política la recuperación de las facultades de rectoría, planificación, regulación y control que corresponden al poder Ejecutivo, con el fin ulterior de conformar un Estado policéntrico, desconcentrado y descentralizado, articulado entre los distintos niveles de gobierno.

La descentralización de la gestión del Estado es la transferencia obligatoria, progresiva y definitiva de competencias, con los respectivos talentos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, desde el Gobierno Central hacia los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD (provinciales, municipales y parroquiales).

El Plan Nacional de Descentralización menciona que “cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias. Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política”¹⁸.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados:

- Los de las regiones
- Los de las provincias
- Los de los cantones o distritos metropolitanos
- Los de las parroquias rurales

¹⁷ Antonio María Hernández, Derecho Municipal, Volumen I, Teoría General, Segunda Edición, Desalma, 1997.

¹⁸ Plan Nacional de Descentralización, Consejo Nacional de Competencias y Secretaría de Planificación y Desarrollo, Ecuador, Editorial Ecuador F.B.T. Cía. Ltda., Marzo 2012.

El ejercicio de cada gobierno autónomo descentralizado se realizará a través de tres funciones integradas:

- De legislación, normatividad y fiscalización
- De ejecución y administración
- De participación ciudadana y control social.

1.10.- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO REGIONAL

Los gobiernos autónomos descentralizados regionales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Están integrados por las funciones de participación ciudadana; de legislación y fiscalización; y ejecutiva previstas en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), y en su estatuto de autonomía, para el ejercicio de las funciones que le corresponden.

La administración del gobierno autónomo descentralizado regional aplicará, conforme a su estatuto de autonomía, mecanismos de desconcentración que faciliten su gestión.¹⁹

La sede del gobierno autónomo descentralizado regional será la prevista en el estatuto de autonomía.

Son funciones del gobierno autónomo descentralizado regionales:

- a) Ejecutar una acción articulada y coordinada entre los gobiernos autónomos descentralizados de la circunscripción territorial regional y el gobierno central, a fin de alcanzar los objetivos del buen vivir en el marco de sus competencias establecidas en la Constitución y la ley.
- b) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial regional, para garantizar la realización del buen vivir a través de la

¹⁹Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

implementación de políticas públicas regionales, en el marco de sus competencias establecidas en la Constitución y la ley.

- c) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio.
- d) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos que permita avanzar en la gestión democrática de la acción regional.
- e) Elaborar y ejecutar el plan regional de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial; de manera coordinada con la planificación nacional, provincial, cantonal y parroquial; y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas.
- f) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley; y, en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública regional correspondiente con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, subsidiaridad, participación y equidad.
- g) Dictar políticas destinadas a garantizar el derecho regional al hábitat y a la vivienda y asegurar la soberanía alimentaria en su respectiva circunscripción territorial.
- h) Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias.

- i) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos, lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias.
- j) Las demás funciones que determine su estatuto de autonomía en el marco de la Constitución y del COOTAD²⁰.

Los gobiernos autónomos descentralizados regionales tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

- a) Planificar, con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo regional y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, provincial, cantonal y parroquial, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.
- b) Gestionar el ordenamiento de cuencas hidrográficas y propiciar la creación de consejos de cuencas hidrográficas, de acuerdo con la ley.
- c) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre regional y cantonal en tanto no lo asuman las municipalidades.
- d) Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito regional.
- e) Otorgar personalidad jurídica, registrar y controlar a las organizaciones sociales de carácter regional.
- f) Determinar las políticas de investigación e innovación del conocimiento, desarrollo y transferencia de tecnologías necesarias para el desarrollo regional, en el marco de la planificación nacional.
- g) Fomentar las actividades productivas regionales.

²⁰Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

- h) Fomentar la seguridad alimentaria regional.
- i) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias²¹.

1.11.- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL

Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva, previstas en el COOTAD, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden.

La sede del gobierno autónomo descentralizado provincial será la capital de la provincia prevista en la respectiva ley fundacional.²²

Son funciones del gobierno autónomo descentralizado provincial las siguientes:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial provincial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas provinciales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- c) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción provincial.
- d) Elaborar y ejecutar el plan provincial de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en

²¹Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

²²Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas.

- e) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y, en dicho marco prestar los servicios públicos, construir la obra pública provincial, fomentar las actividades provinciales productivas, así como las de vialidad, gestión ambiental, riego, desarrollo agropecuario y otras que le sean expresamente delegadas o descentralizadas, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad.
- f) Fomentar las actividades productivas y agropecuarias provinciales, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.
- g) Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución en el marco de sus competencias.
- h) Desarrollar planes y programas de vivienda de interés social en el área rural de la provincia.
- i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad en el área rural, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados de las parroquiales rurales.

- j) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias²³.

Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

- a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, en el ámbito de sus competencias, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.
- b) Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial, que no incluya las zonas urbanas.
- c) Ejecutar, en coordinación con el gobierno regional y los demás gobiernos autónomos descentralizados, obras en cuencas y micro cuencas.
- d) La gestión ambiental provincial.
- e) Planificar, construir, operar y mantener sistemas de riego de acuerdo con la Constitución y la ley.
- f) Fomentar las actividades productivas provinciales, especialmente las agropecuarias.
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias²⁴.

²³Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

1.12.- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en el COOTAD, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden.

La sede del gobierno autónomo descentralizado municipal será la cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.²⁵

Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- c) Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de fraccionamiento de conformidad con la planificación cantonal, asegurando porcentajes para zonas verdes y áreas comunales.
- d) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal.

²⁴Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

²⁵Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

- e) Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas.
- f) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad.
- g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.
- h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno.
- i) Implementar el derecho al hábitat y a la vivienda y desarrollar planes y programas de vivienda de interés social en el territorio cantonal.
- j) Implementar los sistemas de protección integral del cantón que aseguren el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales, lo cual incluirá la conformación de los consejos cantonales, juntas cantonales y redes de protección de derechos de los grupos de atención

prioritaria. Para la atención en las zonas rurales coordinará con los gobiernos autónomos parroquiales y provinciales.

- k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales.
- l) Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios.
- m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización.
- n) Crear y coordinar los consejos de seguridad ciudadana municipal, con la participación de la Policía Nacional, la comunidad y otros organismos relacionados con la materia de seguridad, los cuales formularán y ejecutarán políticas locales, planes y evaluación de resultados sobre prevención, protección, seguridad y convivencia ciudadana.
- o) Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres.
- p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad.
- q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón.

- r) Crear las condiciones materiales para la aplicación de políticas integrales y participativas en torno a la regulación del manejo responsable de la fauna urbana²⁶.

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

- a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.
- b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón.
- c) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana.
- d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley.
- e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras.
- f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal.
- g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley.

²⁶Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

- h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.
- i) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales.
- j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley.
- k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.
- l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras.
- m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios.
- n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias²⁷.

1.13.- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL

Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por los órganos previstos en el COOTAD para el ejercicio de las competencias que les corresponden.

La sede del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural será la cabecera parroquial prevista en la ordenanza cantonal de creación de la parroquia rural.²⁸

²⁷Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- b) Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- c) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial.
- d) Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; el de ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y, realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas.
- e) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley.
- f) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia.
- g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura,

²⁸Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.

- h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos.
- i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad.
- j) Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución.
- k) Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias.
- l) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de su circunscripción territorial en mingas o cualquier otra forma de participación social, para la realización de obras de interés comunitario.
- m) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias²⁹.

Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

- a) Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el

²⁹Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.

- b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- c) Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
- d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
- e) Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.
- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
- h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos³⁰.

CAPÍTULO II

2.- DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

³⁰Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.

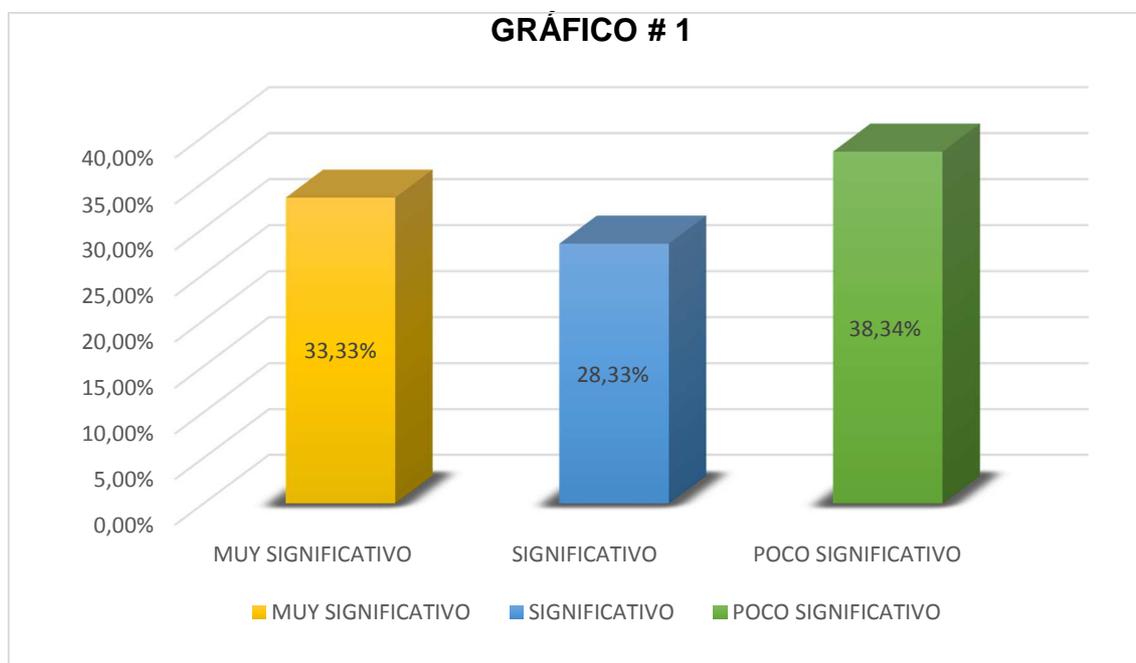
2.- DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

2.1.- ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN SANTA ANA, PROVINCIA DE MANABÍ

47

1. ¿De qué manera se diagnostica el nivel de incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Significativo	20	33,33%
Significativo	17	28,33%
Poco Significativo	23	38,34%
TOTAL	60	100,00%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

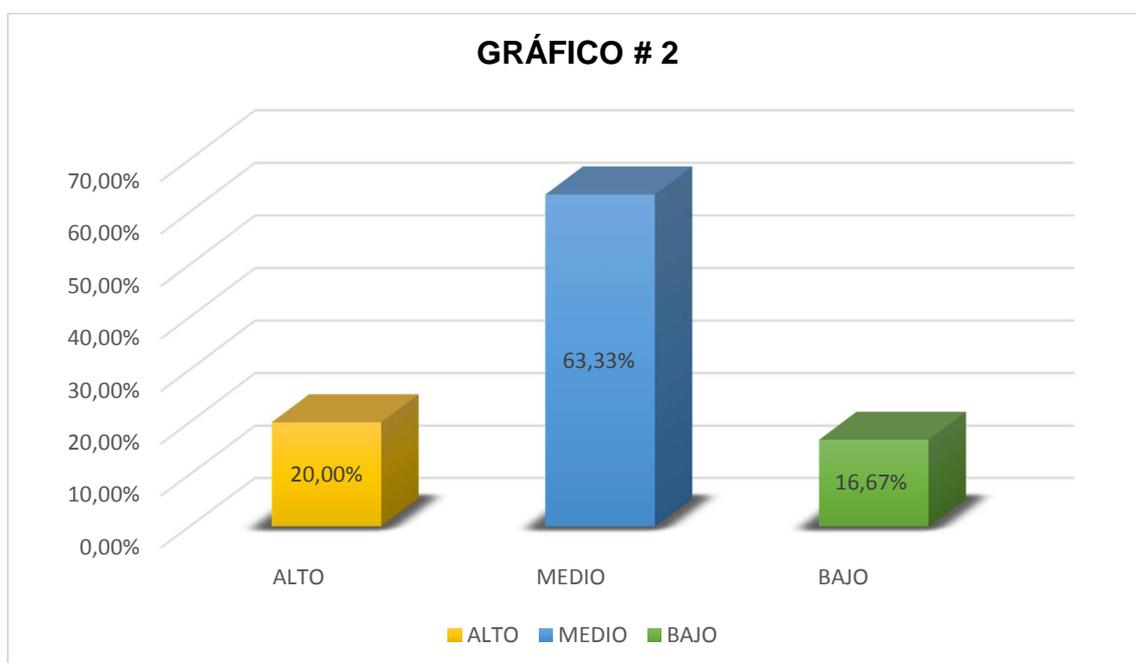
Los gráficos demuestran que el 33,33% de la población considera “Muy Significativo” la incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad, mientras un

28,33% lo considera “Significativo”, en cambio un 38,34% lo considera “Poco Significativo”.

Por lo tanto los encuestados demuestran como poco significativo la incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

2. ¿En su criterio cómo se identifica el nivel actual de Relaciones Públicas y su aporte a la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto	12	20,00%
Medio	38	63,33%
Bajo	10	16,67%
TOTAL	60	100,00%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

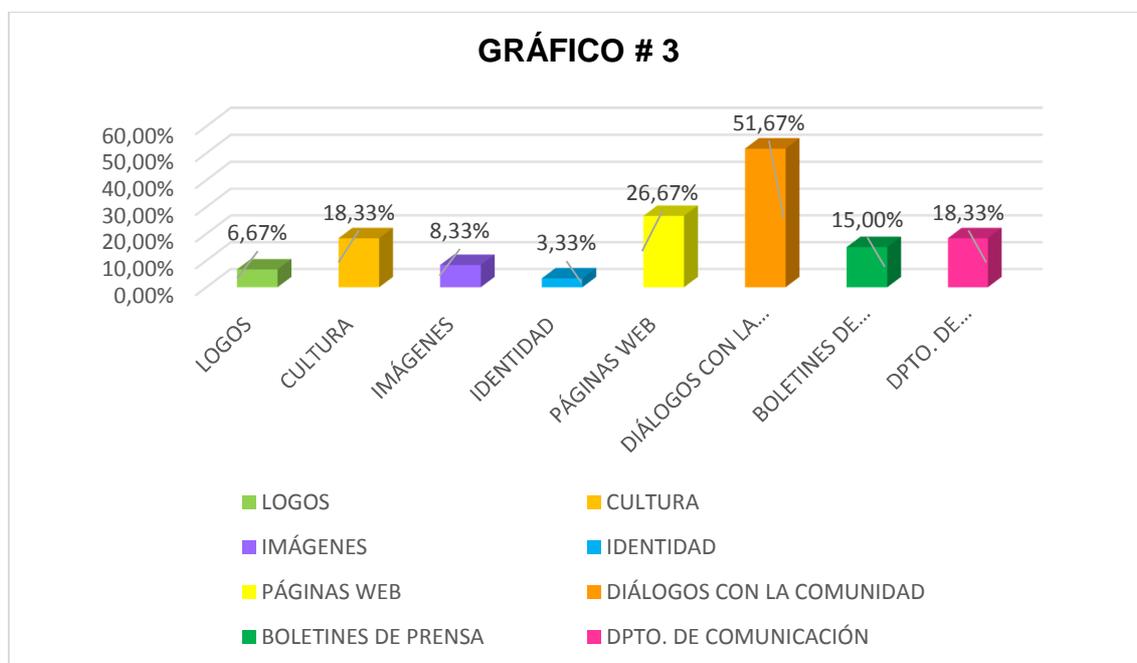
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los gráficos muestran que un 20% de la población indicaron que es “Alto” el nivel actual de las Relaciones Públicas y su aporte a la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana, mientras un 63,33% opinan que es “Medio” y un 16,67% opinan que es “Bajo”.

Por lo tanto los resultados demuestran que los encuestados determinan el nivel medio de las Relaciones Públicas y su aporte a la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.

3. ¿De acuerdo a su criterio cómo se describe a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Logos	4	6,67%
Cultura	11	18,33%
Imágenes	5	8,33%
Identidad	2	3,33%
Páginas Web	16	26,67%
Diálogos con la Comunidad	31	51,67%
Boletines de Prensa	9	15,00%
Departamento de Comunicación	11	18,33%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

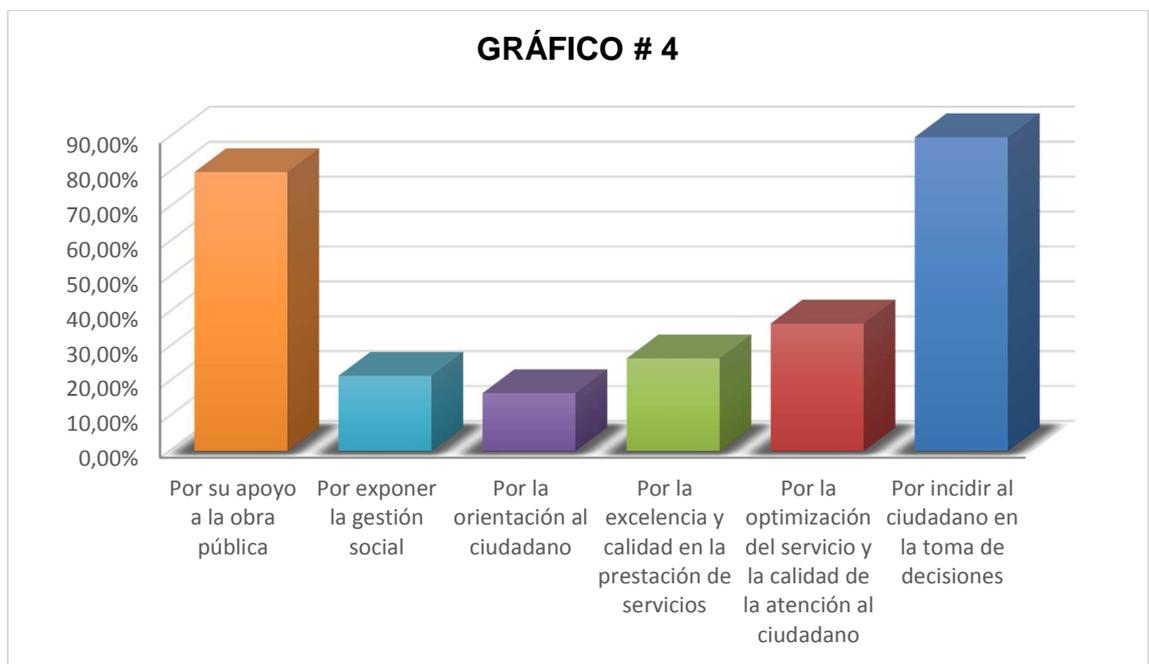
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados muestran que las formas de describir a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana son: por “Logo” en un 6,67%, “Cultura” en un 18,33%, “Imágenes” en un 8,33%, “Identidad” en un 3,33%, “Páginas Web” en un 26,67%, “Diálogos con la comunidad” en un 51,67%, “Boletines de prensa” en un 15%, y “Departamento de comunicación” en un 18,33%.

Se evidencia que los encuestados mayoritariamente describen a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana mediante los diálogos con la comunidad, las páginas web, la cultura y el departamento de comunicación.

4. ¿De acuerdo a su criterio cómo se demuestra que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y tienen un impacto en la comunidad de Santa Ana?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por su Apoyo a la Obra Pública	48	80,00%
Por Exponer la Gestión Social	13	21,66%
Por la Orientación al Ciudadano	10	16,67%
Por la Excelencia y Calidad en la Prestación de Servicios	16	26,67%
Por la Optimización del Servicio y la Calidad de la Atención al Ciudadano	22	36,67%
Por Incidir al Ciudadano en la Toma de Decisiones	54	90,00%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

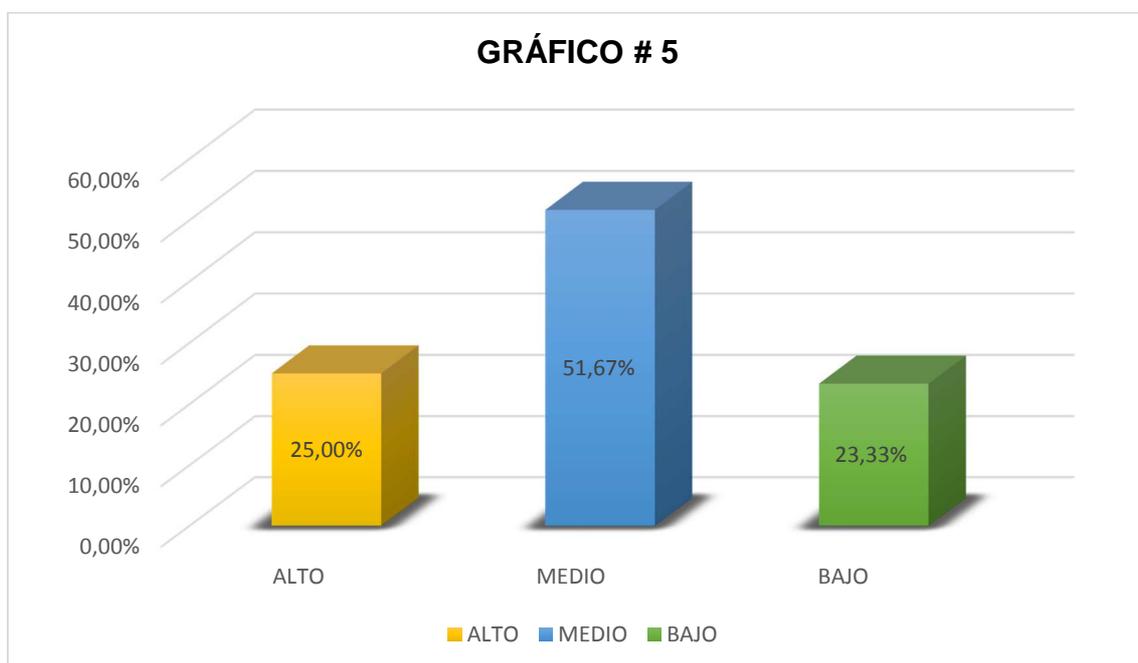
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados indican que un 80% de los encuestados eligieron la opción “Por su apoyo a la obra pública” indicando que así se demuestra que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y tienen un impacto en la comunidad de Santa Ana, mientras el 21,66% eligieron la opción “Por exponer la gestión social”, el 16,67% eligieron “Por la orientación al ciudadano”, un 26,67% eligieron “Por la excelencia y calidad en la prestación de servicios”, un 36,67% eligieron “Por la optimización del servicio y la calidad de la atención al ciudadano” y por último “Por incidir al ciudadano en la toma de decisiones” el 90%.

Los resultados muestran que la manera de que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y su impacto en la comunidad de Santa Ana se evalúa mediante el apoyo a la obra pública y la incidencia del ciudadano en la toma de decisiones.

5. ¿Considera usted que las Relaciones Públicas inciden significativamente en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana y la comunidad?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto	15	25,00%
Medio	31	51,67%
Bajo	14	23,33%
TOTAL	60	100,00%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

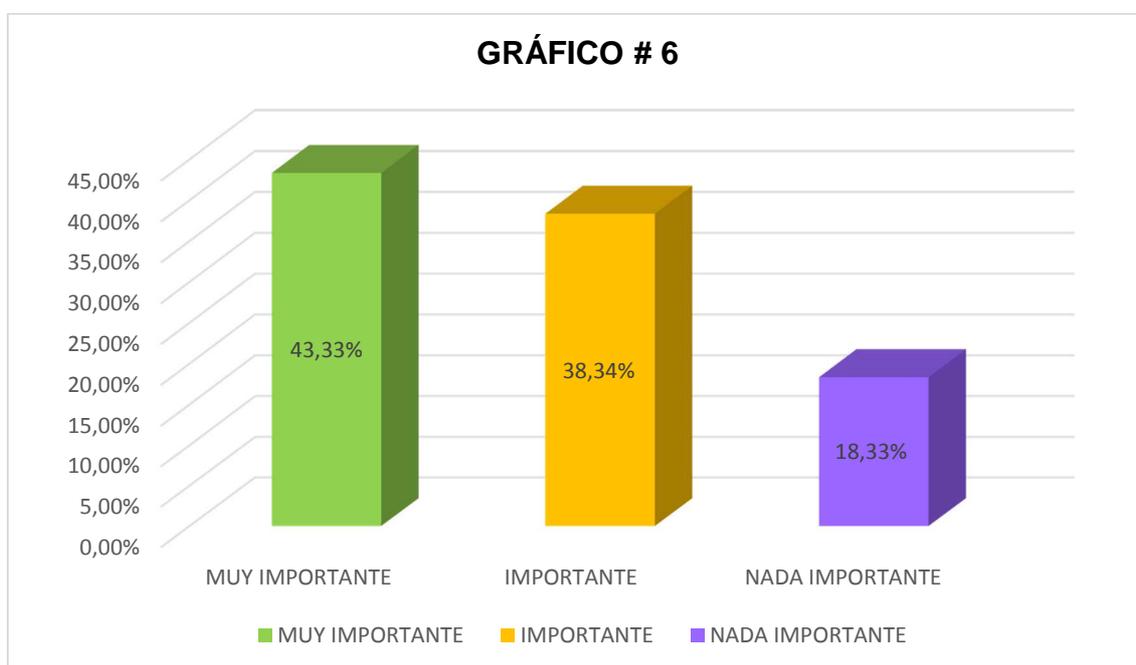
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados demuestran que un 25% de la población estima que es “Alto” el nivel de incidencia de las relaciones públicas en el gobierno autónomo descentralizado de Santa Ana y la comunidad, mientras un 51,67% estiman que es “Medio”, en cambio un 23,33% eligió la opción “Bajo”.

Los encuestados determinan un moderado nivel de incidencia de las relaciones públicas en el gobierno autónomo descentralizado de Santa Ana y la comunidad.

6. ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana ha informado positivamente la gestión de la obra pública a través de las relaciones públicas?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Importante	26	43,33%
Importante	23	38,34%
Nada Importante	11	18,33%
TOTAL	60	100,00%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

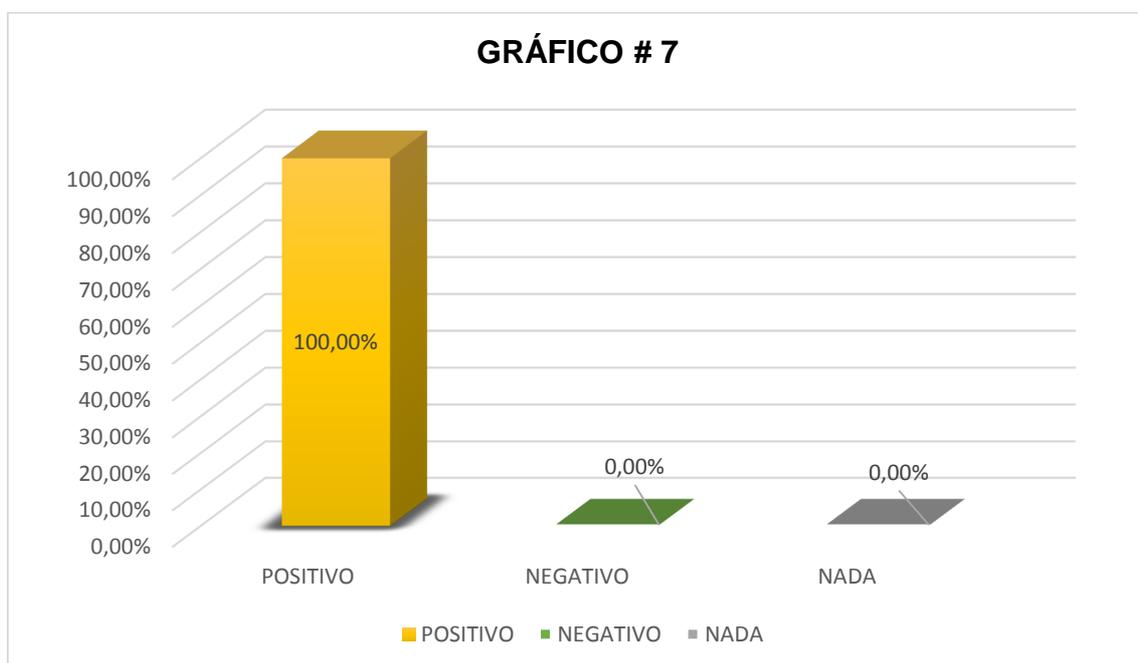
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los gráficos demuestran que el 43,33% de la población considera “Muy Importante” que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana informe positivamente la gestión de la obra pública a través de las relaciones públicas, mientras un 38,34% lo considera “Importante”, en cambio un 18,33% lo considera “Nada Importante”.

Se estipula que los encuestados consideran muy importante que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana informe positivamente la gestión de la obra pública a través de las relaciones públicas.

7. ¿Cree usted que las autoridades del GAD de Santa Ana debe crear otros mecanismos comunicacionales para mejorar su imagen corporativa en la comunidad?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivo	60	100,00%
Negativo	0	0,00%
Nada	0	0,00%
TOTAL	60	100,00%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

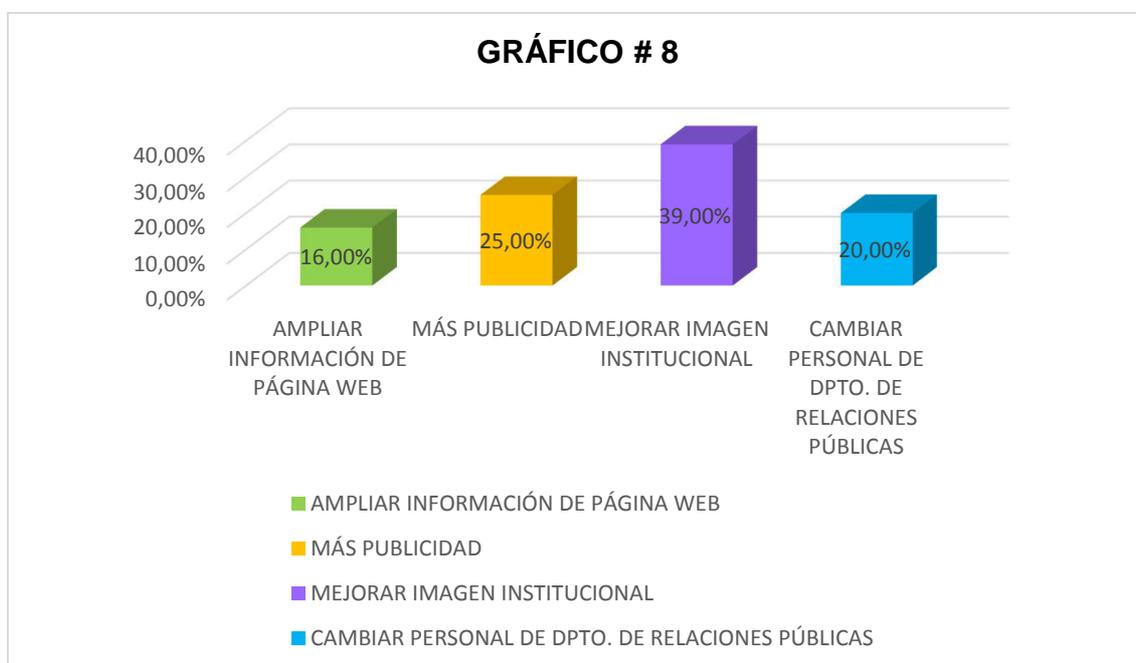
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los gráficos demuestran que el 100% de la población considera “Positivo” que las autoridades del GAD de Santa Ana establezcan otros mecanismos comunicacionales para mejorar su imagen corporativa en la comunidad, mientras “Negativo” y “Nada” lo considera un 0%.

Por lo tanto se evidencia como positivo que las autoridades del GAD de Santa Ana establezcan otros mecanismos comunicacionales para mejorar su imagen corporativa en la comunidad.

8. ¿Qué sugerencias le da usted a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana para elevar el nivel de compatibilidad entre la comunidad y esta institución?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ampliar información de Página Web	8	13,33%
Más Publicidad	15	25,00%
Mejorar Imagen Institucional	26	43,34%
Cambiar Personal Departamento de Relaciones Públicas	11	18,33%
TOTAL	60	100,00%



Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaborado por: Rosa Maryuri Cañarte García.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados indican que un 16% de los encuestados sugieren a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana “Ampliar información de página web” para elevar el nivel de compatibilidad entre la comunidad y esta institución, mientras el 25% sugieren “Mas publicidad”, el 39% dicen que “Mejorar imagen institucional” y por último “Cambiar personal de departamento de relaciones públicas” el 98%.

Los resultados muestran que ampliar información de página web, más publicidad, mejorar imagen institucional y cambiar personal de departamento de relaciones públicas, son las sugerencias a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana para elevar el nivel de compatibilidad entre la comunidad y esta institución.

CAPÍTULO III

3.- PROPUESTA

3.1.- PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GAD DE SANTA ANA MEDIANTE DIÁLOGOS CON LA COMUNIDAD PARA FORTALECER SU IMPACTO INSTITUCIONAL Y SOCIAL

3.1.1.- INTRODUCCIÓN DE LA PROPUESTA

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados del Ecuador amparados a las normativas vigentes para su funcionamiento y trabajo fortaleciendo su rol de ente progresista y proyectar su imagen corporativa dentro de ese contexto, deben vigorizar el vínculo estructural mediante estrategias comunicacionales que permitan lograr un significativo impacto institucional y social dentro de la comunidad donde se desenvuelven.

Lo expuesto concuerda con la política institucional que mantiene el GAD del cantón Santa Ana, de la provincia de Manabí. Al determinar un programa que permita un mejoramiento de su imagen corporativa mediante diálogos con la comunidad para fortalecer su impacto institucional y social, cumpliendo con postulados de desarrollo y progreso para las presente y futuras generaciones que se asientan en su cabecera y parroquias geográficas y demográficas.

3.1.2.- FUNDAMENTACIÓN

En sustento de los resultados obtenidos en la estructura y observaciones de la investigación se establece que las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana les corresponde utilizar un programa de mejoramiento de la imagen institucional del GAD de Santa Ana mediante diálogos con la comunidad para fortalecer su impacto institucional y social.

Este programa de mejoramiento se lo sugiere en base a los resultados de las preguntas tres y ocho de la investigación que consiste en desarrollar la aplicación de herramientas comunicacionales; como también de sugerencias emitidas por los habitantes de Santa Ana en procura de fortalecer la imagen institucional del GAD ante sus habitantes y comunidad en general.

La propuesta confirma y cumple con los requerimientos, acorde con los requerimientos establecidos en el funcionamiento y operatividad orgánica y funcional de los Gobiernos Autónomos Descentralizados del Ecuador, en este caso el GAD de Santa Ana, en la provincia de Manabí, el mismo que permitirá el fortalecimiento de su imagen institucional.

3.1.3.- OBJETIVO DE LA PROPUESTA

OBJETIVO GENERAL

Instituir un programa de mejoramiento de la imagen institucional del GAD de Santa Ana mediante diálogos con la comunidad para fortalecer su impacto institucional y social.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir enlaces comunicaciones que representen la imagen e identidad corporativa del GAD de Santa Ana.
- Vincular a los habitantes con las actividades y programas que realiza de manera diaria y semanal el GAD DE Santa Ana.
- Capacitar a los públicos internos del GAD en procura de interactuar afectivamente con los habitantes en la realización de sus diligencias con la entidad rectora del desarrollo local.

- interactuar de una manera recomendable y vigorosa entre autoridades y habitantes para dialogar sobre los problemas que aquejan a su población.
- Lograr que los habitantes de Santa Ana mejoren su actitud e imagen demostrando respeto y consideración por la ciudad que los cobija fortaleciendo su impacto institucional y social.

3.1.4. POSIBLES ACTIVIDADES

- Conversar con las autoridades sobre el programa de mejoramiento de la imagen institucional del GAD de Santa Ana mediante diálogos con la comunidad para fortalecer su impacto institucional y social.
- Organizar sesiones de trabajo con autoridades y la sociedad civil, así como especialistas en Relaciones públicas y municipalismo.
- Reunión con autoridades del GAD DE Santa Ana, institución que administra el desarrollo social de este cantón manabita.
- Desarrollar seminarios y talleres, conferencias, video conferencias y capacitación donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.
- Socializar la propuesta con las autoridades del GAD de Santa Ana y demás sectores involucrados con la propuesta social.
- Hacer conocer a través de los medios de comunicación escrita, radiales y televisivos los resultados de la propuesta.

3.1.5.- PLAN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Elaboración del documento que regula el sistema de comunicación interna y externa.	Establecer políticas de comunicación en el GAD para consolidar la comunicación.	Identificar las directrices y políticas para el flujo comunicativo del GAD de Santa Ana.	Publico interno y externo informado adecuadamente.
Contratación de especialistas en Relaciones públicas.	Selección de los mensajes para llegar a públicos y mejorar la imagen institucional.	Promover comunicación institucional. Fortalecer la identificación de los habitantes con la organización. Mejorar la comunicación institucional para identificarlos con el GAD.	Especialistas en comunicación informan veraz y oportunamente al público interno y externo.
Publicar contenidos en los medios de comunicaciones convencionales y virtuales en la página web sobre la razón de ser del GAD de Santa Ana.	Utilizar equipos digitales para fortalecer la comunicación interna y externa.	Fortalecer la comunicación interna utilizando recursos didácticos y las TIC`S,	Comunicación interna y externa adecuada, permanente y actualizada.

3.1.6.- Presupuesto

El presupuesto que exija la implementación, desarrollo de la propuesta y los recursos didácticos y otros materiales serán proporcionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y que es un costo que puede varias de acuerdo a las obligaciones del programa.

IMPLEMENTACIÓN		INVERSIÓN
	Contratación de especialistas en relaciones públicas.	
	Total:	1.500,00

		TIEMPO EN MESES			
ACTIVIDADES	RESPONSABLES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Seleccionar las herramientas de comunicación para el programa de mejoramiento de la imagen institucional del GAD de Santa Ana mediante diálogos con la comunidad para fortalecer su impacto institucional y social.	Especialistas y autoridades del GAD	x			
Gestionar ante las autoridades del GAD de Santa Ana la implementación del programa de mejoramiento.	Especialista y coordinador de la propuesta.		x		
Organizar sesiones de trabajo con autoridades y la sociedad civil, así como especialistas en Relaciones públicas y municipalismo.	Alcalde.			x	
Socializar el programa de mejoramiento con autoridades y comunidad.	Especialista.			x	
Difundir la planificación estratégica del	Alcalde y especialista.			x	

GAD de Santa Ana con énfasis en la misión, visión y objetivos estratégicos.					
Evaluación de resultados.	Autoridades, especialista y coordinador de la propuesta.				X

CAPITULO IV

4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1- CONCLUSIONES

Conclusiones en concordancia al objetivo general que señala: Determinar de qué manera incide las relaciones públicas en el GAD de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Por lo expuesto se concluye como poco significativo la incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Conclusiones en concordancia al primer objetivo específico que señala: Identificar el nivel de relaciones públicas y su aporte a la imagen del GAD de Santa Ana.

Se concluye el nivel medio de las Relaciones Públicas y su aporte a la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.

Conclusiones en concordancia al segundo objetivo específico que señala: Evaluar a las relaciones públicas y su impacto a la comunidad de Santa Ana.

Se evalúan a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana mediante los diálogos con la comunidad, las páginas web, la cultura y el departamento de comunicación.

Conclusiones en concordancia al tercer objetivo específico que señala: Demostrar como las relaciones públicas inciden en el GAD de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Se identifican como positiva la incidencia de las relaciones públicas en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y su impacto en la comunidad de Santa Ana.

Conclusiones en concordancia a la hipótesis que señala: Las relaciones públicas inciden significativamente en el GAD de Santa Ana y su comunidad.

Se determina un moderado nivel de incidencia de las relaciones públicas en el gobierno autónomo descentralizado de Santa Ana y la comunidad.

Conclusiones en concordancia al trabajo de campo:

Se evidencia la importancia de que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana informe positivamente la gestión de la obra pública a través de las relaciones públicas.

La investigación nos demostró lo positivo que es que las autoridades del GAD de Santa Ana establezcan otros mecanismos comunicacionales para mejorar su imagen corporativa en la comunidad.

Los resultados nos muestran que ampliar información de página web, más publicidad, mejorar imagen institucional y cambiar personal de departamento de relaciones públicas elevaría el nivel de compatibilidad entre la comunidad y esta institución.

4.2.- RECOMENDACIONES:

Recomendaciones en concordancia al objetivo general:

Elevar la incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Recomendaciones en concordancia al primer objetivo específico:

Aumentar el aporte de las Relaciones Públicas a la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.

Recomendaciones en concordancia al segundo objetivo específico:

Evaluar las relaciones públicas y su impacto a la comunidad de Santa Ana mediante los diálogos con la comunidad, las páginas web, la cultura y el departamento de comunicación.

Recomendaciones en concordancia al tercer objetivo específico:

Mantener la incidencia de las relaciones públicas en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y su impacto en la comunidad de Santa Ana.

Recomendaciones en concordancia a la hipótesis:

Ampliar el nivel de incidencia de las relaciones públicas en el gobierno autónomo descentralizado de Santa Ana y la comunidad.

Recomendaciones en concordancia al trabajo de campo:

Considerar la importancia de que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana informe positivamente la gestión de la obra pública a través de las relaciones públicas.

Establecer otros mecanismos comunicacionales para mejorar la imagen corporativa del GAD de Santa Ana hacia la comunidad.

Ampliar información de página web, aumentar publicidad, mejorar imagen institucional y cambiar personal de departamento de relaciones públicas para elevar el nivel de compatibilidad entre la comunidad y esta institución.

BIBLIOGRAFÍA

- BARQUERO, José Daniel “Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales”, Barcelona, gestio200, 1999.
- BARQUERO, José Daniel, “Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales”, Barcelona, gestio200, 1999.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ecuador, V&M Graficas, Febrero 2011.
- DANTE, Washington “Como se Practican las Relaciones Públicas”, Editorial Librería Mitre, Buenos Aires.
- GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.

- www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/relhumitoiz.htm
Carolina Itoiz (Obtenido el 24 de mayo de 2015).
- GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.
- GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.
- GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.
- GRUNIG James y Todd Hunt, “Dirección de Relaciones Públicas”.
Barcelona Ediciones Gestión2000, 2000.
¹GRUNIG James y Todd Hunt, “Dirección de Relaciones Públicas”.
Barcelona Ediciones Gestión2000,2000.
- GUAMÁN, Diana “El papel de las relaciones públicas internas en las instituciones estatales” Ecuador, 2010.
- Hernández Antonio María, Derecho Municipal, Volumen I, Teoría General, Segunda Edición, Desalma, 1997.

- Plan Nacional de Descentralización, Consejo Nacional de Competencias y Secretaria de Planificación y Desarrollo, Ecuador, Editorial Ecuador F.B.T. Cía. Ltda., Marzo 2012.
- Del libro: «Marketing», Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 475.; Referencia de Iván Thompson, Definición de relaciones públicas; <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/relaciones-publicas-definicion.html>
- www.marketing-xxi.com/lacomunicacion (Obtenido: el 24 de mayo de 2015).
- RÍOS, Szalay “Relaciones Públicas: su administración en las organizaciones”, México, Trillas, 2004.

ANEXOS

ANEXO # 1



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS



Encuesta dirigida a los públicos internos y comunidad en general del cantón Santa Ana.

OBJETIVO:

Recabar información para conocer la incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Estimado Joven, Señor o Señora:

Una egresada de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de Comunicación organizacional y relaciones públicas, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es conocer la incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

NOTA: Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos y con letra clara.

Datos Generales:

Edad:..... Sexo:.....

Lugar de residencia:.....Lugar de trabajo:.....

Indicaciones:

Marque con una X en el casillero de la respuesta que aprecie positiva.

1. ¿De qué manera cree usted que inciden las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad?

MUY SIGNIFICATIVO SIGNIFICATIVO POCO SIGNIFICATIVO

2. ¿En su criterio cuál es el nivel actual de Relaciones Públicas y su aporte la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana?

ALTO MEDIO BAJO

3. ¿De acuerdo a su criterio cómo evalúa a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana?

LOGOS	<input type="checkbox"/>	PÁGINAS WEB	<input type="checkbox"/>
CULTURA	<input type="checkbox"/>	DIÁLOGOS CON LA COMUNIDAD	<input type="checkbox"/>
IMÁGENES	<input type="checkbox"/>	BOLETINES DE PRENSA	<input type="checkbox"/>
IDENTIDAD	<input type="checkbox"/>	DPTO. COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>

4. ¿De acuerdo a su criterio considera que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y han tenido un impacto en la comunidad de Santa Ana?

POSITIVO NEGATIVO NADA

5. ¿Considera usted que las Relaciones Públicas inciden significativamente en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y la comunidad?

ALTO MEDIO BAJO

6. ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana ha informado positivamente la gestión de la obra pública a través de las relaciones públicas?

MUY IMPORTANTE IMPORTANTE NADA IMPORTANTE

7. ¿Cree usted que las autoridades del GAD de Santa Ana debe crear otros mecanismos comunicacionales para mejorar su imagen corporativa en la comunidad?

POSITIVO NEGATIVO NADA

8. ¿Qué sugerencias le da usted a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana para elevar el nivel de compatibilidad entre la comunidad y esta institución?

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

GRACIAS POR SU GENTILEZA



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE PERIODISMO**



Entrevista dirigida a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Ana

Estimado Señor o Señora:

Una egresada de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de Comunicación organizacional y relaciones públicas, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es conocer la incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad.

Datos Generales:

Nombre:.....

Título Profesional:.....

Cargo:.....

Fecha:

1. ¿De qué manera cree usted que inciden las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad?

2. ¿En su criterio cuál es el nivel actual de Relaciones Públicas y su aporte la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana?

3. ¿De acuerdo a su criterio cómo evalúa a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana?

4. ¿De acuerdo a su criterio considera que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y han tenido un impacto en la comunidad de Santa Ana?

ANEXO # 2

ENTREVISTA # 1

NOMBRE: Ing. Ramón Fernando Cedeño Zambrano

FUNCIÓN: Alcalde

TÍTULO PROFESIONAL: Ingeniero agrónomo

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.

1. ¿De qué manera cree usted que inciden las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad?

A través de las relaciones públicas se promociona o se motiva todos los servicios y beneficios que brinda el GAD de Santa Ana a sus ciudadanos que permite que la gente se relacione y participe a través de los planes de desarrollo y presupuesto del programa de participación ciudadana.

2. ¿En su criterio cuál es el nivel actual de Relaciones Públicas y su aporte la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana?

A través de los diferentes medios de comunicación a incidido en la posición de la imagen de esta institución y por ende en la repercusión de los ciudadanos.

3. ¿De acuerdo a su criterio cómo evalúa a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana?

De positivo, porque nos permite la interrelación de las funciones en el público externo, a través de las diferentes estrategias empleadas, que plantean las relaciones públicas.

4. ¿De acuerdo a su criterio considera que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y han tenido un impacto en la comunidad de Santa Ana?

Sí, por el hecho de lo mencionado anteriormente porque se promueve a través de la asamblea y la interrelación con el GAD municipal.

ENTREVISTA # 2

NOMBRE: Lic. Janeth Gómez S.

FUNCIÓN: Jefa de Comunicación.

TÍTULO PROFESIONAL: Lic. En comunicación social.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.

1. ¿De qué manera cree usted que inciden las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad?

De manera positiva ya que esta nos permite fortalecer la interrelación entre la institución y la comunidad. Fortalece la comunicación interna y externa.

2. ¿En su criterio cuál es el nivel actual de Relaciones Públicas y su aporte la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana?

A pesar de las dificultades que hemos tenido, hemos avanzado en el fortalecimiento comunicacional y por ende en la imagen corporativa del GAD de Santa Ana, a través de un proyecto que nos permite desarrollar estrategias significativas en bien colectivo.

3. ¿De acuerdo a su criterio cómo evalúa a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana?

Creo y digo con certeza estamos avanzando, hemos crecido ya que gracias a Dios hoy contamos con herramientas de trabajo para nuestras actividades.

4. ¿De acuerdo a su criterio considera que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y han tenido un impacto en la comunidad de Santa Ana?

Indudablemente sí, ya que la comunicación va de la mano con la gestión del GAD municipal. Estos se convierten en aliado para dar a conocer y orientar a la colectividad. De una u otra manera hemos tenido un impacto positivo en algunos sectores, aún falta por hacer.

ENTREVISTA # 3

NOMBRE: Alberto Mendoza Marcillo

FUNCIÓN: Gerente-Director, radio de Santa Ana.

TÍTULO PROFESIONAL: Periodista profesional.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana.

1. ¿De qué manera cree usted que inciden las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana y su impacto en la comunidad?

En una plena interacción entre las relaciones que desarrolla el Gobierno Municipal y la ciudadanía, propiciando que la ciudadanía conozca las políticas objetivas, visión y misión del GAD.

2. ¿En su criterio cuál es el nivel actual de Relaciones Públicas y su aporte la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana?

Relaciones públicas del GAD municipal del cantón Santa Ana se encuentra en un nivel alto, esta dirección cuenta con el recurso humano y técnico para el desarrollo de sus funciones, personal capacitado y profesional.

3. ¿De acuerdo a su criterio cómo evalúa a las relaciones públicas en su impacto a la comunidad de Santa Ana?

Con un alto porcentaje de confiabilidad y por ende su impacto en las comunidades, el esperado transmitiendo conocimiento de lo que practica el GAD cantonal en la colectividad.

4. ¿De acuerdo a su criterio considera que las relaciones públicas han incidido en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado y han tenido un impacto en la comunidad de Santa Ana?

Sí, porque este canal de información permite que la ciudadanía tenga pleno conocimiento del funcionamiento que realiza el Gobierno Municipal de Santa Ana.

ANEXO # 3

CURRICULUM VITAE

DATOS PERSONALES

CAÑARTE GARCÍA ROSA MARYURI

Teléfono: 0988399151

Dirección: Barrio 2 de Agosto, Parroquia Eloy Alfaro.

Número de cédula: 1307789998

Edad: 42 años

Fecha de Nacimiento: 29 de mayo de 1972

Estado Civil: soltera

Lugar de Nacimiento: Santa Ana - Manabí

ESTUDIOS REALIZADOS

PRIMARIA: Escuela Fiscal Mixta “España N° 128”

SECUNDARIA: Colegio Nacional Técnico Santa Ana “

SUPERIOR

Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí

Comunicadora Organizacional y RR.PP,
Egresada.

TÍTULOS OBTENIDOS:

SECUNDARIA:

Bachiller en Comercio y Administración;
Especialidad Secretariado español.

SUPERIOR:

Comunicación Organizacional y
Relaciones Públicas.

ANEXO # 3



Entrevista con el Ing. Fernando Cedeño Zambrano, alcalde del cantón Santa Ana, en declaraciones para la investigadora.



Entrevista con la Lic. La Lic. Janeth Gómez, Directora de Comunicación del GAD del cantón Santa Ana



Encuestas realizadas a ciudadanos de Santa Ana en diferentes puntos de la ciudad por la investigadora.



En otro aspecto de la realización de las encuestas a los ciudadanos de Santa Ana.



Calles, avenidas e instituciones recorrió la investigadora para obtener información que estructure el trabajo investigativo.



Instituciones públicas recorrió la investigadora Maryuri Cañarte García.