



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE

CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

TEMA:

LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN
DE LOS GAD BOYACÁ Y SAN ANTONIO

AUTORES:

TORRES MENDOZA IRENE ISABEL

DOMÍNGUEZ PÁRRAGA JONNY RAÚL

TUTORA:

LIC. AURORA BARREIRO VERA

CHONE – MANABI – ECUADOR

2015

Lic. Aurora Barreiro Vera, Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone, en calidad de director del presente trabajo de titulación,

CERTIFICO:

Que el presente TRABAJO DE TITULACIÓN cuyo tema es: “LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS GAD BOYACÁ Y SAN ANTONIO”, ha sido exhaustivamente revisada en varias sesiones de trabajo, se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de sus autores: Irene Isabel Torres Mendoza y Jonny Raúl Domínguez Párraga, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, noviembre del 2015

Lic. Aurora Barreiro Vera
TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentados en este trabajo de titulación, son de exclusividad de sus autores.

Chone, noviembre del 2015

Irene Isabel Torres Mendoza
AUTORA

Jonny Raúl Domínguez Párraga
AUTOR



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE**

CARRERA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS GAD BOYACÁ Y SAN ANTONIO”, elaborado por los egresados IRENE ISABEL TORRES MENDOZA Y JONNY RAÚL DOMÍNGUEZ PÁRRAGA de la carrera de Comunicación Organizacional

Chone, noviembre del 2015

Ing. Cristhian Mera Macías

DECANO

Lic. Aurora Barreiro Vera, Mgs. G.E.

TUTORA

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
SECRETARIA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a:

Mis padres, Mercy Mendoza y Wilmer Torres por su apoyo incondicional y estar conmigo siempre en el transcurso de mi vida. A mi esposo Bismark Castillo por ser un pilar fundamental en mi vida personal y profesional. A mis hermanos por todo su apoyo y a todas las personas que estuvieron presentes en mi formación profesional.

Irene Torres

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a:

De manera especial a mi madre Consuelo Esperanza Párraga Saltos y a mi padre Jhonny Adolfo Domínguez Moreira por ser quienes me guiaron y forjaron en el transcurso de mi vida, a mis hermanos quienes son parte importante en mi vida y con este logro quiero demostrarles que todo en la vida es posible y se preparen para que sean unos profesionales.

Raúl Domínguez.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos:

En primer lugar a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí extensión Chone, por formarnos profesionalmente, así mismo a todos los docentes quienes nos impartieron sus conocimientos.

A nuestra tutora la Lic. Aurora Barreiro por guiarnos en este proceso, por su paciencia y su tiempo entregado.

A los GADs de San Antonio y Boyacá por abrirnos sus puertas, sobre todo a sus autoridad y personal por la colaboración y la predisposición que nos brindaron.

Irene Torres y Raúl Domínguez

ÍNDICE

	Pág.
Portada	i
Certificación del Tutor	ii
Declaración de autoría	iii
Aprobación del tribunal de grado	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vii
Índice	viii
1. Introducción	1
2. Planteamiento del Problema	3
2.1. Contextos	3
2.1.1. Contexto Macro	3
2.1.2. Contexto Meso	4
2.1.3. Contexto Micro	5
2.2. Formulación del Problema	6
2.3. Delimitación del Problema	6
2.3.1. Campo	6
2.3.2. Área	6
2.3.3. Aspectos	7
2.3.4. Delimitación espacial	7
2.3.5. Delimitación temporal	7
2.3.6. Problema	7
2.4. Interrogantes de la investigación	7
3. Justificación	8
4. Objetivos	9
4.1. Objetivo General	9
4.2. Objetivos Específicos	9

CAPÍTULO I

5. Marco Teórico	10
5.1. Comunicación externa	10
5.1.1. Tipos de comunicación externa	11
5.1.2. Comunicación Organizacional	12
5.1.3. Elementos del proceso de comunicación en las organizaciones	13
5.1.4. Tipos de comunicación organizacional	13
5.1.5. Comunicación interna	14
5.1.6. Teorías de la comunicación	18
5.1.7. El Departamento de Comunicación	20
5.2. Gestión de la información	24
5.2.1. Funciones de la gestión de información	24
5.2.2. La planificación	25
5.2.3. La organización	26
5.2.4. La dirección	26
5.2.5. El control	27
5.2.6. Los mecanismos para la toma de decisiones	27
5.2.7. Concepto general de sistemas de información	33
5.3. GAD SAN ANTONIO	37
5.3.1. Plan estratégico de comunicación del GAD San Antonio	37
5.3.2. Interpretación simbólica de sus símbolos	40
5.3.2.1. El escudo	40
5.3.2.2. El himno	41
5.3.2.3. La bandera	42
5.3.3. Ubicación Geográfica	43
5.3.4. Junta Parroquial	45
5.4. GAD BOYACÁ	48
5.4.1. Plan estratégico de comunicación del GAD Boyacá	48
5.4.2. Interpretación simbólica de sus símbolos	50

5.4.2.1. El himno	50
5.4.2.2. La bandera	51
5.4.2.3. El escudo	51
5.4.3. Ubicación Geográfica	52
5.4.4. Historia de la parroquia	53

CAPÍTULO II

6. Hipótesis	56
6.1. Variables	56
6.1.1. Variable Independiente	56
6.1.2. Variable Dependiente	56
6.1.3. Término de relación	56

CAPÍTULO III

7. Metodología	57
7.1. Tipo de Investigación	57
7.2. Nivel de investigación	57
7.3. Métodos	58
7.4. Técnicas de recolección de información	58
7.5. Población y Muestra	59
7.5.1. Población	59
7.5.2. Muestra	59
8. Marco Administrativo	60
8.1. Recursos Humanos	60
8.2. Recursos Financieros	60

CAPÍTULO IV

9. Resultados obtenidos y análisis de datos	61
10. Comprobación de hipótesis	105

CAPITULO V

11. Conclusiones	106
12. Recomendaciones	107
13. Bibliografía	108
13.1. Webgrafía	111
Anexos	112

1. INTRODUCCIÓN

La realización del presente proyecto de investigación tiene como principal objetivo establecer la influencia que tiene la comunicación externa en la gestión de información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio, para lograr dar solución a uno de los principales problemas que atraviesan las empresas actualmente en cuanto a comunicación.

Por lo cual sus investigadores se han propuesto conocer a fondo como se manejan los procesos de comunicación externa en los cabildos parroquiales, así como también de qué forma se gestiona la información que ellos generan.

Se tomó como referencia varios casos de conflictos similares, como los ocurridos en Estados Unidos en una empresa de pizza, la cual se vio grandemente afectada por una inadecuada comunicación corporativa, esto no solo con empresas sino también con personas públicas como Rolando Panchana a quien le costó su cargo un inadecuado manejo de información.

La investigación busca conocer la influencia que una variable tiene en la otra, desde un campo comunicacional y área social, la misma que toma como referencia datos e información del primer semestre del presente año en los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias San Antonio y Boyacá para solucionar su principal problema de deficiente comunicación externa en la gestión de la información.

Los investigadores indagaron los tipos de comunicación y medios con los que se efectúa la comunicación externa, así como también las estrategias de gestión de información de ambos cabildos, los aspectos que estos deben mejorar, para plantear posibles soluciones al respecto.

En el **capítulo I**, sus investigadores plantean un análisis científico sobre las variables de estudio, en las que se afirma que la comunicación externa, no es otra cosa que lo que su propio nombre indica, es decir la comunicación que se genera o

establece entre la empresa y el público externo, la interrelación que existe entre ambos y el entorno en el que se desarrolla, para Hilda Saladrigas (2006) los elementos contribuyentes son del entorno interno y estos se relacionan con lo existente en el entorno externo como un todo de manera general o particular.

Además se detalla información sobre gestión de información, lo cual no es otra cosa que todo lo referente a la información de una empresa, la forma en que se da, a quienes se dirige, el costo, el momento oportuno y el lugar en donde se debe tomar las acciones necesarias dentro y fuera de la empresa, según Woodman (1985).

En el **capítulo II**, se establece la hipótesis de la investigación, la cual es: “La comunicación externa influye en la gestión de la información de los GADs de Boyacá y San Antonio”.

En el **capítulo III**, los investigadores plantean la metodología que se aplicó en la investigación, la cual esta estructura de dos tipos de investigación: la bibliográfica y la de campo; tres niveles: descriptivo, explicativo y exploratorio; cuatro métodos: inductivo, deductivo, analítico y sintético; dos técnicas de recolección de datos que son la entrevista y la encuesta.

En este capítulo también se encuentra la población y muestra, la misma que está conformada por 70 personas del GAD de San Antonio y 62 del GAD de Boyacá, dando un total de 132 personas, el cual se tomó en un 100% como la muestra de la investigación. En cuanto a los recursos administrativos se detallan los recursos humanos y financieros en el que se estipula un gasto de \$1413,50 para la investigación.

En el **capítulo IV**, se encuentran los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, los cuales fueron tabulados y analizados para su mejor comprensión, en cuanto a lo correspondiente a las encuestas y la entrevista, además en este capítulo se encuentra la comprobación de la hipótesis de la investigación.

En el **capítulo V**, están detalladas las conclusiones a la que llegaron los investigadores en base a todo el trabajo investigativo desarrollado, así también exponen las respectivas recomendaciones, seguido de la bibliografía del trabajo investigativo y los anexos, incluida la propuesta de investigación.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Contextos

2.1.1. Contexto Macro

Los problemas de comunicación y de manejo de información pueden representar un grave conflicto para las empresas, ya que esto afecta directamente a su imagen y por ende pone en riesgo su prestigio, productividad, ingresos y sobretodo su éxito empresarial.

La comunicación externa, es un tema algo complejo para las empresas, ya que busca satisfacer las necesidades de un público exigente y que requiere ampliarse cada vez más, así mismo se debe abarcar todos los sectores que forman parte de ese público externo.

La gestión de la información es parte fundamental en toda empresa o institución, se debe tener una adecuada planeación de ella y por ende el personas adecuado para desempeñar dicha función, ya que el manejo de la información de una empresa determina mucho su éxito.

Un caso como este sucedió en una empresa denominada Domino's Pizza en Estados Unidos, en donde se presentó un grave problema de comunicación entre su personal y una inadecuada gestión de información empresarial, que llevo a generar una mala imagen de la organización.

Dos de los empleados de la empresa mencionada pensaron que podría ser humorista y entretenido grabar y divulgar un video plasmando labores desagradables mientras preparan la comida de la empresa que posteriormente fue cedida a los consumidores. El video, fue posteado en youtube y automáticamente

se hizo viral con más de un millón de reproducciones días después, convirtiéndose en un gran inconveniente de imagen para la compañía.

La compañía posteriormente tomó cartas en el asunto informando y disculpándose con su público externo, además la empresa tuvo una reacción muy lenta a nivel de imagen corporativa, lo cual fue reconocido por ellos mismos. Inicialmente, Domino's esperó que el suceso no pasara a mayores y lo único que se hizo fue la divulgación del video del presidente de la sociedad 48 horas después del video-conflicto. Días después, fue esperada, que la acción no fue suficiente y el video original pasó a ser de un suceso a un grave inconveniente de crisis. En este ejemplo de circunstancias, hay que estar dispuestos para actuar rápidamente. Gran parte del perjuicio podría haberse impedido si la sociedad hubiera realizado acciones días antes de tomar medidas¹.

2.1.2. Contexto Meso

En el Ecuador también suceden casos en donde la comunicación externa no se efectúa correctamente y el manejo de la información puede ser tergiversada ocasionando así un problema de imagen, acarreando otros conflictos más por esta situación.

Uno de los casos más recientes sucedidos en este 2015 por la inadecuada comunicación externa, fue lo sucedido con el conocido Rolando Panchana quien fue Gobernador del Guayas por un año y seis meses, dio declaraciones acerca de la seguridad del lugar en donde estaría prevista la realización de la misa campal del papa Francisco en su visita al Ecuador, sin un previo informe que sustente su declaración, generando así conflictos de comunicación y manejo de información, entre otras consecuencias.

Ante el hecho mencionado Panchana tuvo que presentar la renuncia a su cargo, la misma que fue aceptada como lo mencionó Viviana Bonilla de la secretaria nacional de Gestión política agregando que "Cualquier afirmación que pueda

¹ <https://dircomsocialmedia.wordpress.com/2010/10/08/gestion-de-crisis-el-caso-de-domino%E2%80%99s-pizza/>

colocar en duda, que pueda situar en riesgo, incluso envolver de alguna manera este aspecto, no puede ser autorizada. Eso es lo que ha ocurrido con Rolando Panchana; él mostró su renuncia por esto, porque no existen todavía los informes que sostengan tal enfoque”².

Posteriormente a raíz de este acontecimiento se realizaría un análisis para garantizar la seguridad del sitio. Además el caso Panchana evidencia lo importante que es realizar una comunicación externa adecuada, con el manejo correcto de la información para evitar problemas, como este caso que termino en una renuncia.

Casos como este puede suceder a nivel nacional no solo con una figura pública sino también con cualquier empresa o institución, ya sea pública o privada, los problemas de comunicación pueden afectar a cualquier sector del país y del mundo si no se manejan adecuadamente.

2.1.3. Contexto Micro

En los Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales se evidencian grandes falencias en cuanto a comunicación externa y gestión de información, esto puede ser por diferentes factores, los mismos que serán determinados en el transcurso de la investigación.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Boyacá, tiene una extensión de 329 km, actualmente se encuentra administrada por el sr. Darwin Quevedo Cedeño, esta parroquia se encuentra ubicada al noroeste del cantón Chone, limita al norte con el sitio Cucuy y la parroquia Eloy Alfaro; al sur con San Antonio, Barquero y Santa Rita; al este con Pavón y Ricaurte; y al oeste con San Isidro y San Vicente.

En la parroquia Boyacá existen 22 sitios, los cuales son: “Buenos Aires, Estero Seco, Las Piedras, Platanales, Las Cañas, Liberales, San Miguel, Capricho, Daca

² <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/21/nota/4895581/julio-cesar-quinonez-ocupara-gobernacion-guayas-tras-salida>

1, Daca 2, Chichanda, Danada 1, Danda 2, La Barranca, La Chala, el Retiro, La Victoria, Palestina, Baren, Chamisa, La Habanita, Batan”³.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Antonio, es administrado por su presidente el sr. Wagner Zambrano Rodríguez, la parroquia está ubicada al suroeste del cantón Chone con una extensión de 32,2 km², limita al norte con la parroquia Boyacá; al sur con Bachillero; al este con la cabecera cantonal de Chone y Canuto; al oeste con los cantones San Vicente y Tosagua.

En San Antonio el 50% de la población campesina se dedica a la cosecha de algunos productos como maíz, sandía, fréjol, arroz, achocha, pimiento, tomate, limón, zapallo melón, entre otros, mientras que los habitantes cercanos al Humedal La Segua en un 20% se dedican al cultivo y pesca del Chame (*Dormitator latifrons*) y el restante 30% se dedica a la producción ganadera. (Leche, queso)⁴.

Existen problemas de manejo de comunicación externa en ambos GADs porque se ha podido evidenciar los escasos medios de difusión de información y la organización que se tiene de ella, lo cual se desarrolla desde sus interiores y se ven reflejadas.

La ciudadanía muestra sus inconformidades ante la falta de comunicación que los GADs tienen con la población, no los informan de los acontecimientos que como institución pública encargada del bienestar de la parroquia deben tener.

2.2. Formulación del Problema

¿De qué manera influye la comunicación externa en la gestión de la información de los GAD Boyacá y San Antonio en el año 2015?

2.3. Delimitación del Problema

³ <http://gadboyaca.gob.ec/manabi/?p=127>

⁴ <http://sanantoniodelpeludo.gob.ec/manabi/?p=124>

El presente proyecto investigativo se delimitará de la siguiente forma:

2.3.1. Campo

Comunicación

2.3.2. Área

Social

2.3.3. Aspectos

Comunicación externa

Gestión de la información

2.3.4. Delimitación Espacial

La investigación se realizó en los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Boyacá y San Antonio

2.3.5. Delimitación Temporal

Se desarrolló la investigación con información proporcionada del primer semestre del 2015.

2.3.6. Problema

La deficiente comunicación externa en la gestión de la información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio

2.4. Interrogantes de la investigación

1. ¿Qué tipos de comunicación se manejan en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio?
2. ¿Cómo manejan la comunicación externa en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio?

3. ¿Cuáles son las estrategias de gestión de información que emplean los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio?
4. ¿Qué aspectos se deben mejorar en la comunicación externa y la gestión de información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio?
5. ¿Qué estrategias de comunicación externa y gestión de información se pueden plantear para los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio?

3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo sobre la comunicación externa y su influencia en la gestión de la información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias San Antonio y Boyacá, pretende ser medio de solución para muchos problemas de comunicación que se dan dentro y fuera de las empresas en el cantón Chone.

Esta investigación es de gran **importancia**, ya que permite conocer cómo se manejan los procesos de comunicación externa, el impacto que esta genera en la ciudadanía y en la opinión de ellos, así como también ayuda a identificar el nivel de influencia que este tiene en la adecuada o inadecuada gestión de información que tienen dos GAD parroquiales del cantón.

Además genera **aportes** significativos a la población de ambos cabildos, al ser ellos los directos implicados y beneficiados de esta investigación, así como también a la administración de los GAD, quienes podrán tener claro en que están fallando y como podrían solucionarlo.

La investigación es **original**, ya que sus investigadores están al tanto de que en ambos cabildos no se han realizado investigaciones igual o similares a la que ellos van a realizar en sus instalaciones como principal objeto de estudio, así como tampoco hay trabajos investigativos de este tipo en las bibliotecas de las parroquia San Antonio y Boyacá.

Sus investigadores se encuentran capacitados para ejecutar la investigación, cuentan con los conocimientos, los medios y los recursos necesarios para su completa realización, la misma que será financiada en su totalidad por ellos, por lo tanto se considera **factible** su realización.

Finalmente cumple con la **misión** y la **visión** de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, porque sus profesionales en formación aplicaron sus conocimientos para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, participando activamente en el desarrollo académico científico de la investigación.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Analizar la comunicación externa en la gestión de información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio en el año 2015.

4.2. Objetivos Específicos

- Establecer los tipos de comunicación se manejan en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio
- Indagar sobre el manejo de la comunicación externa en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio
- Determinar las estrategias de gestión de información que emplean los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio
- Definir los aspectos que se deben mejorar en la comunicación externa y la gestión de información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio
- Plantear una estrategia de comunicación externa y gestión de información para los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio.

CAPÍTULO I

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Comunicación externa

“La comunicación externa, no es otra cosa que lo que su propio nombre indica, es decir la comunicación que se genera o establece entre la empresa y el público externo, la interrelación que existe entre ambos y el entorno en el que se desarrolla”, para Hilda Saladrigas (2006) los elementos contribuyentes son del entorno interno y estos se relacionan con lo existente en el entorno externo como un todo de manera general o particular.

Así mismo existen otras definiciones de comunicación externa:

Según Sánchez M^a Luisa (2005) establece que “la comunicación externa es un proceso metodológico que se realiza entre las empresas y la opinión pública, a fin de informar sobre la vida empresarial, relacionados con los intereses de la sociedad en general”.

Por otra parte, Bartolí (1992) hace referencia a “la comunicación externa como el proceso que permite conducir la información y los contenidos informativos desde la organización o empresa hacia el grupo de personas que conforman la opinión pública mediante los medios de comunicación”.

La comunicación externa es el conjunto de operaciones direccionadas al público externo de la institución, por lo tanto es indispensable para comunicar algo por medio de prensa u otros medios.

En todo plan de comunicación se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Identidad corporativa
- Imagen percibida actualmente

- La imagen ideal de la institución

Además se define en tres grandes áreas:

- Objetivos de comunicación
- Estrategias de medios y mensajes
- Calendario de actuación y evaluación de los costes

Entre las funciones más importantes que se desarrollan en el departamento, se pueden citar las siguientes:

- Apoyar y reforzar los departamentos de marketing
- Preparar y supervisar las promociones de marketing
- Mantener un clima laboral favorable
- Conseguir en los empleados el espíritu institucional
- Mantener la imagen
- Selección y elaboración de la información
- Recepción y análisis de información
- Filtración y resumen de información
- Intermediación entre la empresa y los medios de comunicación
- Control de la opinión pública

5.1.1. Tipos de comunicación externa

Existen varios tipos de comunicación interna, entre las cuales se encuentra una clasificación que es considerada la más precisa en el tema de la comunicación

organizacional, propuesta por Bartolí (1992) el cual establece que los tipos de comunicación externa son:

- La comunicación externa operativa
- La comunicación externa estratégica
- La comunicación externa de notoriedad

5.1.2. Comunicación Organizacional

Para hablar de comunicación externa es preciso definir y conocer la comunicación Organizacional, según Andrade (1986) es “el conjunto global de mensajes intercambiados entre los miembros de una empresa, entre ellos y esta; y a su vez con los medios”.

La comunicación organizacional parte de la estructura social en donde se configura una empresa, creando se lazos y vínculos de comunicación importantes para que la comunicación sea esencial y aparezca al instante mismo en el que se comienza la estructura social.

Para Fernández (1997) “la comunicación organizacional es el corazón de la empresa, su esencia como tal y el alma que da vida a una institución, en el que intervienen un sinnúmero de técnicas y actividades direccionadas al buen proceder de sus integrantes”.

La palabra comunicación viene del latín communis, el cual significa común, término que en castellano es compartido por otros como comunicación y comunidad. Ello explica la estrecha relación que hay entre comunicarse y estar en comunidad.

La comunicación organizacional implica un sinnúmero de componentes e información que se intercambian entre los integrantes de una compañía y entre la misma institución, además del entorno en donde se desarrolla para que la comunicación sea más efectiva.

5.1.3. Elementos del proceso de comunicación en las organizaciones

Los procesos de comunicación son métodos que se llevan a cabo con un fin o interés común entre un grupo de personas que dirigen una empresa. Para Gerald Goldhaber (1994), existen algunos elementos que intervienen en este proceso y los ha denominado de la siguiente manera:

- Sistema complejo en el que ocurre una comunicación abierta
- Los mensajes, que tienen un propósito y un medio por el cual se empleará
- Implica personas, sus sentimientos y actitudes

Por otro lado Muriel y Rota (1980) también hacen su aporte en cuanto a los procesos de comunicación organizacional en las empresas y consideran que estos se establecen mediante elementos independientes en los que constituyen los siguientes:

- Los públicos o receptores
- El ámbito en el que se desarrolla o lugar
- Los canales o medios de comunicación
- El mensaje

5.1.4. Tipos de comunicación organizacional

Según Fernández, la comunicación organizacional se divide en dos y los determina de la siguiente manera:

- a) Comunicación interna
- b) Comunicación externa

5.1.5. Comunicación interna

El concepto de la comunicación interna se basa en las políticas de comunicación interna del procedimiento que serán idealmente establecidas en los objetivos tanto de la corporación como de su público interno y en los efectos de la investigación de comunicación interna. “Con base en estos dos tipos de información, consiste en la racionalización de las acciones de comunicación necesarias para lograr: a) Orientar los flujos de comunicación interna en un sentido tal que colaboren al logro de los objetivos tanto de la institución como de sus públicos internos, y b) Evaluar las actitudes y opiniones de estos públicos internos busca reforzar las que favorecen el logro de dichos objetivos y modificar las que de alguna manera lo obstaculizan”, según Trelles (2008:145).

“Para la optimización de la comunicación interna se desarrollan diversos tipos de planes, programas y campañas con sus respectivos objetivos y tácticas que comprenden desde la fijación y notificación de políticas hasta el establecimiento de canales de comunicación y el diseño y difusión de mensajes”.

“En nuestro país (...) se asumen acciones de comunicación de manera inmediata carentes en ocasiones de necesarios estudios diagnósticos y tomados como punto de partida aproximaciones intuitivas, preñadas de nuevas intenciones pero carentes de condiciones mínimas para garantizar su éxito. En el contexto del perfeccionamiento empresarial cubano, el tema del estudio y planificación de la comunicación se impone como una necesidad insoslayable”. Trelles (2005:179).

La organización de la comunicación favorece la coordinación de esfuerzos y la optimización de los recursos. Orienta la atención a la congregación de los hombres y mujeres que completan nuestras organizaciones a partir del sistema mediante muelles comunicativos, de los objetivos de cada identidad, delimitar con claridad el rumbo, conocer qué se desea lograr y qué papel desempeña cada uno de nosotros en el destino de la organización, la sociedad y hasta el país. Permite conocer cómo se traza cada uno de los objetivos propuestos, o en su defecto qué problemas presentan.

“Aumenta el nivel de participación de cada uno de los integrantes de las empresas e instituciones a partir del uso consciente de determinados canales para lograr objetivos específicos que potencia la participación en la toma de decisiones y la implicación de cada componente del sistema, factor clave en el perfeccionamiento empresarial”. Trelles (2000: 180)

Un análisis de comunicación interna es una herramienta que viabiliza demostrar la manera como funciona la comunicación por medio de la organización de la empresa; quién se informa con quién, por qué razones, durante cuánto tiempo y a través de qué canales.

El diagnóstico de comunicación realizado por Vanesa Rivera al Centro de Producción Integral en Chile estuvo enfocado a analizar los siguientes aspectos:

- Política de comunicación existente.
- Identificación de áreas comunicacionales.
- Identificación y clasificación de los públicos.

Establece una comparación entre los flujos de comunicación existente que serían deseables de acuerdo con las políticas de comunicación internas fijadas, se puede proceder a diseñar planes, programas y campañas cuyo objetivo fundamental será el de optimizar la comunicación interna. Hay varias clases de diagnósticos de comunicación. Las más simples recopilan inventarios de los soportes existentes de comunicación, y conducen a una evaluación de su constancia e impacto. Así mismo, existen otros métodos desde comienzos de los años '70. Estos diagnósticos importan a toda la comunicación organizacional.

En cuanto a las técnicas de recolección y análisis de datos a utilizar en este tipo de investigación las más viables son la observación, que ha sido objeto de atención por dos enfoques: el estudio de las obligaciones (proporciona información sobre la cantidad de comunicación; las redes utilizadas y la dirección seguida, evita los prejuicios del observador y evita que se confíe excesivamente en la memoria, pero

necesita que se le dedique mucho tiempo ya que genera una gran cantidad de datos que quizás muchos no puedan ser utilizados) y los observadores capacitados que perciben y describen todas aquellas conductas que no son las suyas; las entrevistas y cuestionarios, que brindan información sobre las actitudes, conocimientos y percepciones de una persona; y el análisis de contenido, que es una técnica constante para examinar el contenido y trato dado a los mensajes.

El diagnóstico de comunicación es el proceso investigativo para evaluar la eficacia de la comunicación en una organización. De igual forma el mismo es tarea obligada del comunicador que pretenda realizar una gestión exitosa de la comunicación y por ende está indisolublemente ligado a todos los procesos investigativos que se realizan mediante la utilización de métodos y técnicas. Además el diagnóstico en sí mismo es de carácter subjetivo, lo que se debe a que no es directamente producto de la información obtenida sino de su interpretación. Conjuntamente a esto la autora cubana Irene Trelles considera que las ventajas del diagnóstico son:

- Ayuda a determinar las características deseables en dichos procesos para cada institución determinada.
- Permite comparar la comunicación interna que se da en la institución en diferentes momentos en el tiempo y bajo diferentes circunstancias.
- Ayuda a detectar problemas ya existentes y problemas potenciales en las redes y flujos de comunicación internos en la institución, tales como cuellos de botella en los procesos comunicativos.
- Aumenta la efectividad de la comunicación al permitir definir líderes y patrones de comunicación, factores cuyo conocimiento facilita el diseño y difusión de todo tipo de mensajes en el interior de la institución. (Trelles; 2004: 247)

Igualmente constituye una herramienta que analiza las diferentes variables de la comunicación organizacional además de los enfoques de comunicación, los procesos de comunicación y demás categorías que utilice el comunicador social en la investigación. De igual forma Rivera plantea que el diagnóstico de comunicación es un “procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa.”

Además, es un “instrumento que examina los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización.” (Rivera; 2007:2). Así mismo la ejecución del diagnóstico no solo contiene la comunicación interna sino además la externa, por lo que Daniel Prieto reflexiona que es: “Un arma para valorar las experiencias sociales, encaminadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para mostrarse de acuerdo con las fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; ejercicios consignados a formar modificaciones en la comunicación que ayuden a causar cambios positivo en el grupo, la comunidad o la institución.” (Prieto; 1999:3)

Al mismo tiempo la autora de la investigación considera que el diagnóstico de comunicación interna posibilita la interpretación de datos de una manera cuantitativa y cualitativa por lo que su resultado debe ser producto de la aplicación de métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas que debe utilizarse mediante la complementariedad metodológica. Además posibilita la planificación exitosa de la comunicación mediante la realización de un plan de comunicación que solucione los problemas detectados y contribuya a fortalecer los procesos comunicativos de la entidad.

La comunicación es un elemento base para que se desarrolle la vida en sociedad e imprescindible para que el hombre logre la adaptación al medio en que vive, por lo que es consustancial al individuo en todas las etapas de su existencia. Reviste mayor relevancia cuando se desarrolla dentro de un contexto de cambio organizacional, donde están implícitos una serie de elementos a tomarse en cuenta, además del choque cultural que se pudiera presentar. De modo que es

esencial para la integración de las funciones administrativas, establecidas en la planeación, organización y control de los objetivos estratégicos de una institución.

5.1.6. Teorías de la comunicación

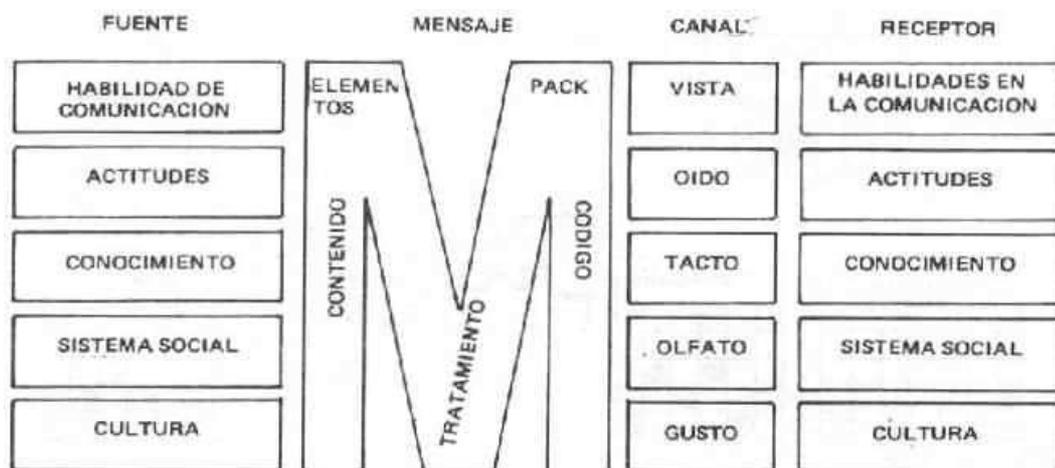
Teoría de la comunicación de David Berlo K.

La comunicación como proceso reglado, según Berlo, se ajusta a los modelos clásicas de la acción expansiva, según lo plantearan Shannon y Weaver a inconclusos del siglo XX, con un enfoque emisor (fuente), una intervención (codificador) que trasfigura el propósito de la fuente en mensaje, a transferir por un canal (medio o soporte), que debe ser decodificado para ser eficaz en la elaboración de comunicación sobre un receptor (audiencia) final.

Para conseguir una comunicación efectiva se necesita de capacidad de la fuente en la enunciación estratégica de sus objetivos (definición de qué y a quién se quiere comunicar); codificación conveniente (valores narrativos, retóricos, etc.); elección del canal más eficaz en función del mensaje y del receptor final, siempre con el fin de transferir seguridad, confianza y credibilidad, que surgen como valores asociados a la fidelidad.

En relación a eficacia en el proceso de la comunicación Berlo afirma que la capacidad y habilidad de diálogo entre interlocutores (tienen distintos roles en el sistema social) es esencial, tanto como la empatía cultural e ideológica de la fuente y el receptor; para conseguir la mayor cercanía en los rasgos de coincidencia y así proporcionar el alcance de los objetivos de la comunicación propuesta.

Berlo extracta su modelo de comunicación en el siguiente esquema:



Teoría de la comunicación de Dwight Lasswell

Lasswell toma en cuenta las discrepancias de la comunicación masiva, diferenciándola de la interpersonal. La comunicación de masas siempre reconoce a una estrategia y en todo momento busca conseguir un resultado con alto nivel de intencionalidad. Numera una serie de variables que deben considerarse al momento de planificar una comunicación dirigida a una gran cantidad de personas: ¿Quién? ¿Qué Dice? ¿Por qué Canal? ¿A Quién? ¿Con Qué Efecto?

La gráfica del modelo de Lasswell es la siguiente:

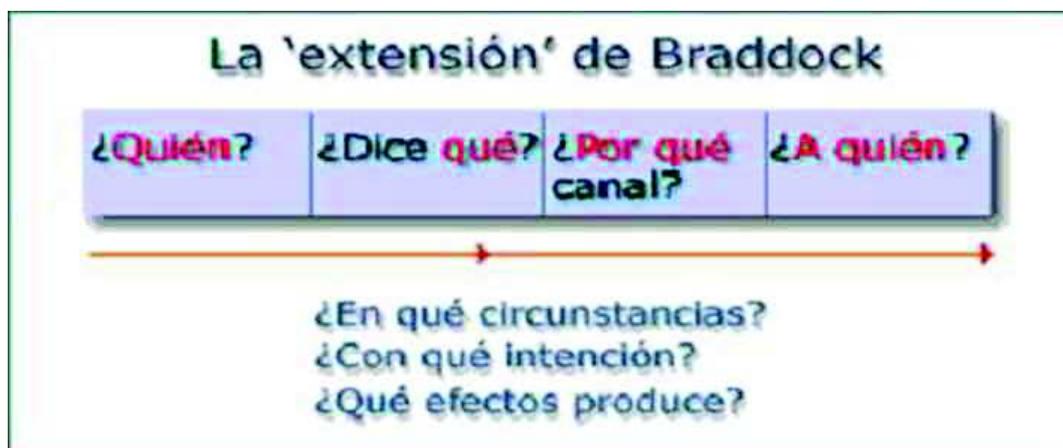


En el entorno social Lasswell al relatar a su teoría de la comunicación declara lo siguiente:

“El proceso de la comunicación en la sociedad realiza cuatro funciones: a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) transmisión del legado social y d) entretenimiento”

Este modelo fue reforzado en 1958 por Richard Braddock, quien expresó una ramificación del “paradigma de Lasswell, a través de la cual pretende encontrar una interacción entre las partes y actores de la acción comunicativa. Así, cree que la casualidad del mensaje es un mecanismo definidor del mismo, como también las situaciones en las que éste se origina.

El esquema de la extensión de Braddock se sintetiza en el siguiente diagrama:



5.1.7. El departamento de Comunicación

Es importante tener presente que la comunicación no debe estar al margen de las características y objetivos que definen a la institución, sino más bien todo lo contrario: la comunicación corporativa debe ser un reflejo de la estrategia

empresarial. Resulta obvia, por tanto, la importancia de una buena estrategia de comunicación y la elección de un buen mensaje para que ésta sea efectiva.

En todo plan de comunicación hay que tener en cuenta tres aspectos:

- La definición de la identidad corporativa. Es decir, lo que es la institución, sus objetivos corporativos y principios. De ahí se extraerán los atributos de identidad que hay que proyectar al mercado.
- La imagen percibida actualmente. Lo que el mercado percibe hoy en día de la institución.
- La imagen ideal de la institución. La imagen que queremos transmitir a los diferentes mercados debe responder a un plan estratégico de imagen, en el que deben quedar establecidos los target diferentes a los que dirigir las acciones de comunicación, con una estrategia propia y específica para cada uno de ellos.

El plan de comunicación contiene tres grandes áreas:

- La definición de los objetivos de comunicación más adecuados para transformar la imagen actual de la institución en la imagen ideal para cada uno de los públicos.
- La definición de la estrategia de medios y de mensajes que mejor se adapten a la consecución de los objetivos previamente definidos.
- La definición de un calendario de actuación y la evaluación de los costes de las acciones propuestas, así como un instrumento de control para realizar un seguimiento de plan.

Todas estas tareas las llevará a cabo la dirección de comunicación de la compañía, que es la encargada de elaborar el plan estratégico de imagen.

Entre los principales instrumentos que integra un plan de comunicación para mantener la imagen de una compañía, se encuentran las RR PP y las campañas de

comunicación. El primer medio indicado se define como el conjunto de acciones planificadas y deliberadas que tienen como finalidad crear o mantener una imagen determinada de la empresa ante el mercado. Trata de crear y mantener unas relaciones sociales fluidas y dinámicas entre la compañía y los grupos sociales u organizaciones que estemos interesados en impactar.

A través de los departamentos de comunicación institucional y RRPP, la institución busca un posicionamiento en el terreno de la imagen, persiguiendo siempre la máxima aceptación social.

Las funciones más importantes a desarrollar por estos departamentos son:

- Apoyar y reforzar la labor de los departamentos de ventas y marketing.
- Preparar y supervisar las acciones puntuales de promoción y marketing de los productos o servicios que representa.
- Mantener un clima permanentemente favorable hacia los productos o servicios que representa, mediante el contacto constante con clientes, proveedores, agentes sociales, etc.
- Establecer un buen clima laboral y conseguir en los empleados el espíritu e imagen que la institución pretende en el exterior.
- Conseguir que ningún problema altere o perjudique la imagen de la institución en el ámbito social.

Con respecto a las campañas de comunicación: son el conjunto de mensajes e informes que elabora el gabinete de prensa, con la finalidad de hacerlos llegar a los diferentes medios para que éstos se hagan eco del contenido de los mismos, y así crear expectativas de compra, sensibilizar a la opinión pública, aportar datos informativos, contenidos comerciales, etc.

Las funciones más importantes de las relaciones con los medios de comunicación se podrían resumir en las siguientes:

- Selección y elaboración de la información que produce la empresa, filtrada y transmitida a los medios de comunicación y, ocasionalmente, a otras instituciones.
- Recepción y análisis de toda la información producida por los medios de comunicación y demás instituciones.
- Filtración y resumen de toda la información anterior para facilitarla a las áreas de dirección de la institución y cubrir sus necesidades de información con respecto a los intereses institucionales .
- Intermediación constante entre la institución y los medios de comunicación, facilitando la información puntual que el evento requiera y coordinando las posibles entrevistas, reportajes, etc. relacionados con la empresa.
- Control constante del clima de opinión que existe sobre la empresa como de los problemas que pueden trascender los medios.
- Etcétera.

Y por último, una herramienta que se está imponiendo con mucha fuerza en el mundo empresarial es la Responsabilidad social corporativa (RSC), ya que las instituciones han encontrado en ella un instrumento muy interesante y eficaz para demostrar su compromiso con la sociedad y, de paso, rentabilizar la buena imagen que este tipo de actuaciones conllevan para los clientes internos y externos.

Por ello, entre los objetivos de una institución no sólo debe estar la obtención de beneficios económicos, sino también el desarrollo de acciones que respondan a las preocupaciones sociales como la educación, la cultura, la erradicación de la pobreza, el respeto y cumplimiento de los derechos humanos y la protección del medio ambiente.

Pero es muy importante no confundir comunicación con publicidad. Conviene recordar que se trata de dos herramientas totalmente diferentes, con unos costos muy distintos pero totalmente complementarias. Sólo a través de la publicidad

vamos a poder obtener el impacto que deseamos de forma inmediata, cuando y donde queremos

5.2. Gestión de la información

Es preciso establecer algunas definiciones para entender mejor que es la gestión de información, en qué consiste y como se debe manejar institucionalmente, al ser sumamente importante dentro de toda organización tener una adecuada distribución y difusión de información.

Woodman (1985) establece que “la gestión de información es todo lo referente a la información de una empresa, la forma en que se da, a quienes se dirige, el costo, el momento oportuno y el lugar en donde se debe tomar las acciones necesarias dentro y fuera de la empresa”.

Por otro lado White (1985) plantea “la gestión de la información en la coordinación de manera eficiente y eficaz de la información ya sea de procedencia de sus fuentes internas o externas, es decir que está constituida por la información que se genera dentro y fuera de la organización”.

5.2.1. Funciones de la gestión de información

Páez Urdaneta (1990) propone las siguientes funciones de la gestión de información:

- Determina las necesidades internas y las satisface competitivamente
- Establece las necesidades de inteligencia externa y las satisface competitivamente
- Desarrollar una base de información y permite la accesibilidad
- Optimiza el flujo de información
- Desarrollar estructuras de información

- Manejo de los recursos informativos
- Garantizar el acceso a la información corporativa
- Evaluar el impacto informacional
- Aprovechar la base de información para mayor productividad
- Supervisar la seguridad de la información
- Entrenar a los miembros de la empresa para el correcto manejo de la información corporativa
- Garantizar la calidad de la información
- Controlar los procesos

5.2.2. La planificación

La planificación es fundamental en la gestión de información, según John Ivancevich (1997:15) es “la función de gestión que determina los objetivos de la organización, y establece las estrategias adecuadas para el logro de dichos objetivos”.

Por lo tanto, en la gestión se debe tener en cuenta primeramente el ámbito en el que se desarrolla, saber la finalidad de la empresa, sus objetivos y metas, para lograr realizarlas. Ivancevich (1997:208) destaca seis etapas principales del proceso de planificación:

1. Evaluación de las condiciones actuales
2. Determinación de los objetivos y metas
3. Establecimiento de un plan de acción
4. Asignación de recursos

5. Ejecución

6. Control

5.2.3. La Organización

En esta segunda etapa de la gestión de información se plantea como función principal organizar los recursos obtenidos en la planificación para lograr alcanzar las metas trazadas.

Para Ivancevich (1997:304) la organización es la función que “implica la existencia de una estructura de relaciones de función y de autoridad. Es la etapa mediante la cual se estructuran los recursos humanos y físicos con el fin de alcanzar los objetivos que se han marcado”.

La organización es una función implícita e indispensable, porque a la empresa se debe manejar mediante un sistema, relacionado siempre con la estructura organizativa, la división de los puestos de trabajo, las funciones de cada uno de los colaboradores, el organigrama y los logros de los objetivos.

5.2.4. La dirección

Muchas veces se conoce a esta etapa como la ejecución, porque es la fase en donde se debe llevar a cabo la gestión o el plan diseñado. Esta etapa debe contar con un líder que sea capaz de modular el conjunto de elementos que conforman la estructura organizativa.

Existen algunos aspectos o elementos que se deben tener en cuenta en el proceso de esta fase denominada la dirección o ejecución del plan de gestión de información, resumidas en tres:

- La función del líder
- La comunicación

- Las necesidades de los usuarios

5.2.5. El control

“Esta es la etapa final de la gestión de la información en donde se debe tener los procedimientos destinados a ser evaluados, como el rendimiento real, compararlos con los objetivos trazados, o corregir las diferencias entre los resultados y objetivos” según Juran (1989:145).

Esta fase es importante, ya que de no aplicarse se podría desconocer si los resultados obtenidos fueron los esperados, además de nada serviría la planificación y no se podría conocer si se realizó adecuadamente.

5.2.6. Los mecanismos para la toma de decisiones

McClure (1978:382) define la toma de decisiones como “la conversión de la información en acción, de manera que el recurso adquiere un papel imprescindible en este proceso”. Por otro lado Grace Carter (1992:4) consideran a la toma de decisiones como “un proceso en el que una o más personas identifican un problema y entonces diseñan, eligen, implementan y programan una solución.

Entre los mecanismos para la toma de decisiones en el proceso de lo antes mencionado, se establecen algunos de acuerdo a diferentes autores, entre ellos están:

Simon (1957:7) menciona tres aspectos:

- Búsqueda de ocasiones para tomar decisiones
- Búsqueda de posibles trayectorias
- Elección de la dirección adecuada

Browne (1993:8-11) establece un proceso de cuatro etapas:

- Identificación de problemas

- Búsqueda de alternativas
- Evaluación de alternativas
- Elección de una alternativa

Ivancevich (1997:167-173) establece algunos pasos secuenciales para este proceso:

- Establecer objetivos
- Identificar y definir el problema
- Fijar posibilidades
- Determinar las causas del problema
- Elaborar soluciones alternativas
- Elegir una solución
- Ponerla en práctica
- Realizar su seguimiento

Carter (1992:6-8) identifica ocho pasos:

- Identificación del problema
- Identificación de los objetivos
- Cuantificación de los beneficios y costes
- Selección de alternativas
- Evaluación de cada alternativa
- Comparación de alternativas

- Implementación de la alternativa
- Puesta en práctica y evaluación

Simon (1969:5) hace una división distinta en la que une los seis pasos primeros en solo tres etapas y los dos últimos en una cuarta fase, quedando así:

- Inteligencia
- Diseño, generación, desarrollo y análisis
- Elección
- Implementación y revisión

Las necesidades informativas que debe conocer un gestor para la implementación de un sistema de información para la toma de decisiones, previo análisis de la estructura medioambiental en la que se encuentra la empresa, y, a su vez, los tipos de Inteligencia Competitiva, y por tanto las posibles estrategias para monitorear el entorno, y capturar la información necesaria, que luego se transformará en conocimiento.

Distinguiremos, así, diez tipos, si bien entendemos que la clasificación puede ser más amplia o más reducida, pero que sirve para estructurar y sistematizar las necesidades de información de un gestor.

- Directorios de empresas, sus productos y ejecutivos. Incluye la información que originan las ferias comerciales.
- Los informes comerciales. Incluyen los informes prejudiciales o de solvencia, especialmente realizados para la obtención de información sobre los bienes patrimoniales de una empresa.
- Indicadores del entorno: estadísticas, informes económicos generales, e indicadores del entorno político y social.

- Los medios de comunicación, tanto las fuentes primarias como secundarias.
- La información de los mercados financieros. Incluye los siguientes mercados: crediticios, de divisas, de renta fija, de renta variable, de materias primas, y mercados de derivados.
- Ayudas, concursos públicos y oportunidades comerciales.
- Estudios de mercado y sectoriales. Se incluyen en los informes sectoriales los principales aspectos que definen la evolución reciente y las perspectivas de un sector en su conjunto, y de las principales empresas que operan en el mismo.
- Información sobre I+D+I. Incluye la información sobre patentes y modelos de utilidad, los modelos y dibujos industriales, las marcas, los informes y los recursos de investigación.
- Legislación, Jurisprudencia y Normativas.
- Otros: Información sobre viajes y referencias bibliográficas

Debemos incidir que cualquier tipo de fuente descrita es potencialmente útil para ambos entornos, pero que la clasificación que se adjunta trata de sistematizar las fuentes asociando las más pertinentes a cada entorno.

FUENTES DE INFORMACIÓN	MEDIO AMBIENTE EXTERNO	TIPO DE INTELIGENCIA (Según Martinet y Ribault)
<ul style="list-style-type: none"> • Directorios de empresas y ejecutivos, • Productos. • Directorios de Administraciones Públicas y cargos 	Entorno inmediato <ul style="list-style-type: none"> • Clientes. • Proveedores. • Distribuidores. • Competidores. • Administraciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Competitiva. • Comercial. • Entorno (en lo que respecta al conocimiento del marco)

políticos.	Públicas.	regulador público) • Tecnológico.
• Informes comerciales.	Entorno inmediato • Clientes. • Proveedores. • Distribuidores. • Competidores.	• Competitiva. • Comercial.
• Medios de comunicación.	Entorno inmediato • Clientes. • Proveedores. • Distribuidores. • Competidores. • Administraciones Públicas. Entorno remoto • Clima político. • Situación económica. • Tendencias sociales. • Innovaciones tecnológicas.	• Competitiva. • Comercial. • Tecnológica. • Entorno.
• Indicadores del entorno (estadísticas, informes económicos e indicadores del entorno político y social)	Entorno remoto • Clima político. • Situación económica. • Tendencias sociales.	• Entorno.
• Información de los mercados financieros: ○ Mercados de créditos. ○ Mercados de	Entorno inmediato • Clientes. • Proveedores. • Distribuidores.	• Competitiva. • Comercial. • Entorno.

<p>renta fija (mercado de valores)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mercados de renta variable (mercado de valores) ○ Mercados de materias primas. ○ Mercados de derivados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores. • Administraciones Públicas. <p>Entendemos que los cuatro primeros vienen marcados por su relación con los mercados de renta variable, y el último por los mercados de renta fija. Entorno remoto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clima político. • Situación económica. <p>Sin excluir al resto de las variables que afectan al entorno remoto, entendemos que el clima político y la situación económica tienen una evidente vinculación con los mercados crediticios, y los mercados de valores.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Ayudas, concursos públicos y oportunidades comerciales. 	<p>Entorno inmediato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administraciones Públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno.
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercado y estudios sectoriales. 	<p>Entorno inmediato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes. • Proveedores. • Distribuidores. • Competidores. <p>Entorno remoto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencias sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competitiva. • Comercial. • Entorno.

<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre I+D+I. <ul style="list-style-type: none"> ○ - Tecnológica (patentes, modelos industriales y marcas) ○ - Literatura no convencional. ○ - Otras fuentes primarias (monografías y publicaciones periódicas) 	<p>Entorno inmediato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes. • Proveedores. • Distribuidores. • Competidores. <p>Entorno remoto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovaciones tecnológicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnológica.
<ul style="list-style-type: none"> • Legislación, Jurisprudencia y normativas. 	<p>Entorno inmediato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administraciones Públicas. <p>Entorno remoto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovaciones tecnológicas. • Situación político-legal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnológica. • Entorno.
<p>Otras: Ferias comerciales.</p>	<p>Entorno inmediato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes. • Proveedores. • Distribuidores. • Competidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competitiva. • Comercial. • Tecnológica.

5.2.7. Concepto general de sistemas de información

Hasta el momento hemos contextualizado a la información dentro de la Ciencia de la Administración, y a su vez dentro de la planificación y de la toma de decisiones como la conversión de la información en acción. Además hemos implicado al conjunto de la organización como un todo capaz de vertebrar las necesidades de información de todos los elementos que conforman una empresa.

A partir de ahora introduciremos al alumno en el concepto general de sistemas de información, para desde ahí aplicarlo a los sistemas de información en la empresa.

Horton entiende por sistema una serie estructurada o integrada de procesos para manejar información o datos caracterizada por un procesamiento repetitivo de inputs , actualización de datos y generación de outputs.

Sin embargo “la denominación de sistema de información es muy ambigua en tanto que engloba gran cantidad de definiciones y enfoques, y todo ello dependiendo de la perspectiva que adopte el autor de la investigación”, Tramullas (1997:207).

Un modelo general contemplado es el que ofrece el profesor López Yepes (1991:23-33) que diferencia tres modelos:

- Modelo A. Que contempla desde una perspectiva general y cuyo estudio es utilizado para el desarrollo del resto de modelos. Yepes cita a Debons que lo denomina sistema de información generalizada, que es un modelo compuesto de:

Entorno.

Adquisición de datos, transmisión, proceso, almacenamiento, utilización y transferencia.

- Modelo B. Es un subsistema dentro de las organizaciones. Destaca los sistemas de información para la gestión (MIS) y los sistemas de gestión de información.
- Modelo C. Es el "resultado de la conjunción de redes y centros de información, enmarcado en las políticas nacionales y territoriales de información. En este sentido el sistema actúa bajo el principio de la centralización, y la red bajo el principio de coordinación de centros en que, por delegación, se invisten de determinada responsabilidad en la recolección y difusión de fuentes", según López (1991:31).

Senn (1992:25-29) diferencia entre los siguientes tipos de sistemas de información:

- Sistemas para el procesamiento de transacciones,
- Sistemas de información administrativa,
- y sistemas de información para la decisión.

Este autor discierne, a su vez, entre sistemas abiertos que interactúan con su medio ambiente, reciben entradas y producen salidas. Y sistemas cerrados, que no interactúan con su medio ambiente Senn (1992:23).

Otra clasificación distingue entre aquellos que sirven para la toma de decisiones estructuradas, y los que sirven para la toma de decisiones semiestructuradas, donde existen riesgos y criterios múltiples. Conceptos éstos, ya vislumbrados en el apartado de la toma de decisiones.

Para Debons (1991:25) sistema de información es "un conjunto de personas, maquinaria y procedimientos que integrados hacen posible a los individuos trabajar con inputs y demandas que aparecen en el trabajo cotidiano".

Lluís Codina (1996:117-146) ha analizado los sistemas de información como una disciplina de interés para la investigación, de tal forma que parte de la teoría de sistemas y desde allí señala que un sistema "es un conjunto de elementos que interactúan unidos por una relación de influencia" e identifica las siguientes características: propósito del sistema, elementos del sistema o composición interna, entorno del sistema, entradas, salidas y procesos de transformación o funciones del sistema.

Así que para Codina un sistema de información es un modelo de una parte de la realidad, y como tal mantiene registros sobre algún aspecto de esa realidad.

Para Samuelson (1977:3) "sistema de información es la combinación de recursos humanos y materiales que resultan de las operaciones de almacenar, recuperar y usar datos con el propósito de una gestión eficiente en las operaciones de las organizaciones".

Emery (1990:4) señala como la información ha generado en la estructura de las organizaciones nuevas formas de gestión derivadas del uso inteligente de la información. Visto así, la información ayuda a una organización a trabajar de forma más inteligente.

Emery, al igual que otros autores, diferencia entre varios tipos de sistemas de información dentro de las organizaciones, pero cuyo común denominador busca proporcionar datos seleccionados y evitar información inútil para la toma de decisiones en diferentes escalas de la estructura de la organización.

Gil Pechuan (1997:27) cita las características que Emery ha descrito como las necesarias para la existencia de todo sistema de información:

- Disponibilidad de información cuando es necesario y por los medios adecuados. Suministro de información de manera selectiva.
- Variedad en la forma de presentación de la información.
- Grado de inteligencia incorporado al sistema.
- Tiempo de respuesta del sistema.
- Exactitud.
- Generalidad, como las funciones para atender a las diferentes necesidades.
- Flexibilidad, capacidad de adaptación.
- Fiabilidad, para que el sistema opere correctamente.

- Seguridad, protección contra pérdidas.
- Reserva, nivel de repetición del sistema para evitar pérdidas.
- Amigabilidad, para el usuario.

Otros autores reflejan definiciones que permiten enmarcar su posible descripción. Así, para Patricia Burt (1990:175-208) un sistema de información es una combinación de fuentes de información junto con una serie de mecanismos de recuperación, manipulación y uso.

El objeto de cualquier sistema de información es conectar a un usuario con una fuente de información que necesita para satisfacer sus necesidades. Mientras para otros, sistema es un conjunto de componentes que interactúan entre sí para lograr un objetivo común, y desde esta perspectiva toda organización es un sistema definido por flujos informativos.

De esta manera, estamos tratando un concepto cargado de una cierta ambigüedad, en tanto que su aplicación se puede enmarcar aplicado a los sistemas de información personales como a los sistemas de información que implementan políticas territoriales de información. Así, puede señalarse que todo sistema de información mantiene un conjunto de flujos de información, de entrada, internos al sistema y de salida, que tienen como función solucionar un problema informativo a cualquier escala.

Chaín (1996:6) asume la visión integradora que considera que la organización genera el sistema de información y ambas se integran formando un todo.

5.3. GAD SAN ANTONIO

5.3.1. Plan Estratégico de Comunicación del GAD San Antonio

a. Visión

La Visión es el objetivo de largo plazo que se requiere conseguir como grupo social, este objetivo es de toda la parroquia, deberá constituirse en la razón de ser de los habitantes de la parroquia y las políticas públicas que se diseñen e implementen en la parroquia deberán estar de acorde a la consecución de la visión parroquial.

La Visión tiene un plazo o año al cual se proyecta y este constituye el horizonte del plan, la visión de desarrollo de la parroquia San Antonio es la siguiente:

b. Visión Parroquial

Para el año 2020 San Antonio es una parroquia, articulada a la economía nacional e internacional, se ha desarrollado la actividad eco turística, sus organizaciones de base se han fortalecido y forman un sólido tejido social que permite la movilización de recursos para la consolidación del régimen del buen vivir en el territorio.

c. Misión

Por su parte la misión es que y el cómo, es una categoría institucional, la razón de ser de la organización, es de carácter institucional y en este caso la misión es una declaración aplicable la Junta Parroquial, más no al territorio, la misión es la siguiente:

d. Misión del GAD Parroquial

Ser una institución eficaz y eficiente, que promulga la participación ciudadana como herramienta de trabajo en equipo y de transparencia, al servicio de los seres humanos, que se actualiza y moderniza permanentemente para alcanzar la visión parroquial.

e. Objetivos Estratégicos

Con la metodología que planteamos los objetivos estratégicos deberán ser orientaciones de mediano plazo que buscan solucionar los problemas parroquiales más sentidos y además ser escalones que permitan alcanzar la visión parroquial.

Antes de plantear los objetivos estratégicos debemos priorizar problemas, para esto se recoge el FODA que se elabora en la fase de diagnóstico, y luego tomamos las debilidades y procedemos mediante la matriz de Holmes a priorizar que problemas son los de mayor impacto social, esto se lo hace de manera participativa.

La matriz de Holmes es una matriz que permite confrontar problemas versus problemas, para determinar su grado de importancia con una calificación que va de 0.25 si el problema analizado es menos importante que el problema con que se lo confronta, 0.50 si es igual de importante y 0.75 si es más importante que el problema con el que se lo confronta, luego de esto se hace una sumatoria de puntaje por problemas y al final quienes reciban mayor puntajes serán los problemas priorizados o sentidos por la población para lo cual se los escogerán para el planteamiento de soluciones.

A continuación detallamos la priorización de problemas en base a la matriz de Holmes:

f. Debilidades Parroquia San Antonio

1. Practicas productivas degradan el ambiente
2. Uso excesivo de agroquímicos en la actividad agropecuaria
3. Limitada articulación de la economía parroquial a la nacional
4. Deficientes canales de comercialización de la producción agropecuaria
5. Bajos niveles de productividad agropecuaria

6. Ingresos bajos de las familias productoras
7. Limitada disponibilidad de sistemas de riego comunitario
8. Alto índice de desempleo
9. Poca transferencia de tecnología a los sectores productivos
10. Limitado acceso a créditos para la producción
11. Elevados índices de pobreza
12. Deficiente infraestructura sanitaria
13. Manejo inadecuado de residuos sólidos
14. Elevados niveles de analfabetismo
15. Sistema educativo de mala calidad
16. Débil estructura organizada de la parroquia
17. Limitada cobertura del servicio de agua potable
18. Poca atención a grupos vulnerables
19. Servicio de salud de mala calidad
20. Progresiva pérdida de identidad cultural
21. Identidad ciudadana

5.3.2. Interpretación simbólica de sus símbolos

5.3.2.1. El Escudo

El Escudo de la parroquia de San Antonio del peludo tiene los símbolos de esfuerzos y trabajos de sus pobladores,

1. En la parte superior tiene una antorcha símbolo de luz y esperanza, por días mejores y la victoria alcanzada por nuestros antepasados “Loma de los cerezos” el 13 de julio de 1895.
2. Al lado derecho del escudo se encuentra la bandera de Chone y al lado izquierdo apreciamos la bandera de la parroquia.
3. En el lado superior de las dobles banderas del escudo aparece el producto de mayor cultivo en la zona el maíz, que sirve como sustento alimenticio para sus habitantes.
4. En la parte inferior se encuentran manos estrechándose entre sí que representan la unión y la solidaridad de sus habitantes.
5. Al final del escudo se encuentra un machete símbolo y herramienta de trabajo; en la cara superior del mismo tenemos impresa la fecha de parroquialización 12 de diciembre de 1944.
6. En el centro del mismo están las lomas y sabanas de nuestro pueblo con la flora y fauna, el Humedal de la Segua que hoy ocupa el 1028 puesto a nivel internacional y el quinto de importancia nacional. Al costado derecho del mismo está la ganadería y sus ríos con sus afluentes como es el río Chone y Carrizal en cuyas aguas navega una canoa con un pescador, faena diaria que realiza para llevar el sustento y mejorar la economía de su hogar.

El creador de este símbolo parroquial fue la inspiración artística del señor tecnólogo en programación Orlando Mera Molina, quien elevó sus ideas y perpetuó su mirada en los valles, esfuerzos, ideales de la juventud y trabajos de sus pobladores; dándole un colorido que invita a la contemplación de la belleza que encierra nuestro pueblo.

Obtuvo este símbolo parroquial en el llamado a un concurso de creación del escudo en el cual después de haber sido calificado por un jurado el veredicto lo obtuvo Orlando Mera Molina, cabe mencionar que este concurso lo auspició la Junta Parroquial de San Antonio, siendo su presidente de ese entonces el Dr.

Marcelo Garcías Zambrano y por ende el presidente de la comisión de Educación y Cultura Lcdo. Cecilio Viteri Villalva, año de creación del Escudo mes de julio del 2004 en un acto solemne del 12 de diciembre del mismo año se entregó una presea reconocimiento que sería el mejor galardón a su creador.

5.3.2.2. Himno

Este mensaje poético Cívico, cultura y literario fue inspiración de la señora Lcda. Ruth Salazar Carvajal, tomó como plataforma la idiosincrasia de sus habitantes relievado en un marco inconfundible del pasado y presente de su lugar natal. Fue escrito en una noche de luminaria que aparecía en el firmamento infinito un 21 de julio de 1993 se presentó en consideración en una sesión solemne del 12 de diciembre del mismo año a un representante de la Ilustre Municipalidad de Chone, fue entregado por manos del señor Presidente de la Junta Parroquial Neptalí Zambrano Loor que fue elegido para gobernar por el periodo del 92 al 99, elección que se le hizo el Alcalde y sus Ediles del cantón.

Este Himno una vez que fue estudiado y corregido a letra (a) en la palabra acobija por cobija, por el señor profesor Sergio Molina en el departamento de Educación y Cultura, fue aprobado para que este himno fuera difundido.

Así mismo la autora le pidió ayuda al excelente pedagogo, catedrático, compositor, hombre de gran valía en la educación al señor Lcdo. Abel Alcívar Zambrano quien con su talento artístico puso las notas musicales con arreglo del señor Patusín a esta hermosa inspiración del himno. Conocimos que el licenciado Alcívar también ha prestado su gran contingente no solo a nuestro himno sino a otros más, como el himno de la parroquia Canuto, el himno a la escuela particular San Antonio y entre otros.

5.3.2.3. Bandera

Descripción, significado de sus colores: Se destaca un triángulo blanco que significa la espiritualidad y vocación religiosa de sus habitantes.

La forma triangular sugiere la idea de unión y afán de superación de sus hijos.

A cada lado del triángulo constan segmentos azul y verde; el azul son las aguas del río Chone que bañan que bañan sus ciénagas y piscinas donde se cría el chame, camarón; el color verde la fertilidad de sus vegas y praderas, donde crece la forraje denominada el peludo, zona de cacao, arroz y ganado.

El círculo rojo en el centro significa el enfrentamiento llevado el 13 de junio de 1914 en las loma del Cerezo del peludo (Sabana) entre conservadores y liberales por lo cual se le denomina a este enfrentamiento con el nombre de revolución de “Los Conchas” por ser su líder el coronel Carlos Concha Torres, fecha que señala el calendario como el día de San Antonio de Padua 13 de junio, entonces el sitio El Peludo se le denomino sitio San Antonio.

Las matas pelusosa entrelazadas significa el nombre de origen del pueblo peludo.

El sitio San Antonio es elevado a parroquia rural del cantón Chone el 12 de diciembre de 1944.

Bandera oficial de la parroquia San Antonio aprobada mediante ordenanza Municipal por el consejo de Chone en sesión del día lunes 24 de noviembre de 1988.

Esta historia fue escrita por la señora Nelly Andrade de Cedeño cuando ella realizaba la misión de Alfabetización en la parroquia.

5.3.3. Ubicación Geográfica

“⁵La parroquia de San Antonio se encuentra ubicada al suroeste del cantón Chone.

LIMITES: Sus nuevos límites están comprendidos dentro de la siguiente demarcación: al NORTE la parroquia Boyacá; al SUR Bachillero; al ESTE con la cabecera cantonal de Chone y la parroquia Canuto; y al OESTE con los cantones Tosagua y San Vicente.

⁵ <http://sanantoniodelpeludo.gob.ec/manabi/?p=108>

EXTENSIÓN: Su territorio está considerado en su perímetro cerrado de 32,2 Km² donde habitan 6705 habitantes repartidos en el perímetro urbano viven 1124 habitantes; y en el área rural 5581 habitantes.

Distribuidos en 3422 hombres y 3283 mujeres según el último censo de INED del 2004.

CLIMA: Goza de un clima tropical, cálido, fresco y húmedo.

RELIEVE: Esta circundada de elevaciones de pocos metros de altura los mismos que son utilizados por nuestros campesinos para realizar cultivos de ciclos cortos y particularmente el maíz.

HIDROGRAFÍA: Esta parroquia se encuentra atravesada por el majestuoso río Chone que a su paso en este lugar fertiliza sus valles desembocando sus aguas en el Océano Pacífico.

FAUNA: En sus ríos encontramos camarones como también en sus piscinas en la Ciénagas el famoso y sabroso chame, alimento primordial de sus habitantes, tilapias, barbudos, jaibas, etc.

En los valles ganado vacuno, caballos, yeguas, asnos, burros, animales porcinos, aves de corral, también encontramos la avicultura y en los hermosos humedales aves de variados y vistosos colores y plumajes que inmigran de otros países y vienen a aposentarse y a vivir en estas tierras paradisíacas.

FLORA: En la flora encontramos diversidad de plantas: medicinales, alimenticias, ornamentales, frutales, forrajeras y muy pocas maderables.

En las medicinales tenemos: Ruda, llantén, sábila, oréganos, yerba buena, alcohol de menta, Paico, Santa María, yerba Luisa, hierba de valeriana, congona, pomin, hierva de chivo, etc., que sirve para aliviar nuestros dolores y en la cura de muchas enfermedades.

Alimenticias, que con el sudor de nuestros campesinos llegan a nuestras mesas, ejemplo: arroz, cacao, maíz, maní, habas, fréjoles, zapallo, plátano, ajíes, achochas, etc.

Ornamentales, son las que sirven para adornar y embellecer el medio ambiente: Rosas blancas, rojas, amarillas, verdes, jazmines, girasoles, dalias, conchitas, colchón de niño, césped, lazo de amor, etc.

Frutales, que sirven para explotar en el mercado extranjero y nacional para saborearlas, entre ellas tenemos: sandía, zapote, níspero, marañón, melón, naranja, limón, mandarinas, toronjas, maracuyá, banano, papaya, coco, mangos, guayabas, poma rosa, guaba, badea, noni, grosellas, anona, chirimoya, cereza, ovos y mucho y mucho más.

Maderables, son las que sirven para construir casas graneros, puentes, etc. Ejemplo: Mangle, guachapelí, frutillo, algarrobo, laurel etc. caña guadua, que en los actuales momentos el CIPEC está llevando proyectos a las comunidades que en largo plazo será una realidad al servicio de los habitantes”.

AGROINDUSTRIA FAMILIAR: Tenemos muchas señoras que se dedican en forma laboriosa y astronómicas a la preparación de muchos platos sabrosos como: Bollos, suero blanco, pan de almidón y de yuca, tortillas, pan seco, bollos de chames, torta de chame, dulces sabrosos para fiestas de cumpleaños, velorios, primeras comuniones, matrimonios y en ocasiones estos sabrosos y exquisito dulces viajan hasta el extranjero como EE.UU., Brasil, Chile, Venezuela, etc. como sabroso suspiro de limón, de coco, biscochuelo, huevo de bolsillo, galletitas de almidón, galletas de harina de castilla, biscocho lustrados, enrollados de harina con huevos y manjar, manjares de leche, de coco, el manjar de tres leches, torta de yucas de dulce, bollos rosillo de choclos con maduro, humitas, salprietas, maní quebrados, maní molido, longanizas, morsillas etc.

5.3.4. Junta parroquial

La primera Junta Parroquial estuvo integrada por los Sres. Efraín Vera Molina, Manuel María Carvajal y Gustavo García Cedeño, hombres de gran pujanza y trabajo de ese entonces por la prosperidad de San Antonio, luego siguiendo su rumbo político esta parroquia alcanza la conformación de otra junta que es la primera en elección popular integrada por la Sra. Lola Plaza de Loor dama proveniente de la ciudad de Guayaquil pero casada con un manabita sanantoniense Sr. Navijio Loor quien se preocupó por el bienestar de este terruño manabita a este personaje importante hubieron excelentes colaboradores como miembro de dicha junta los Sres. Abelardo Carvajal R, Normina Carvajal O, Carlos Tulio Mendoza, Bruno Dueñas y Tomides Dueñas.

En el año 1972 según datos del señor Manuel García Zambrano, conocemos que se reunieron un grupo de amigos y personas de la comunidad que tenían buena voluntad por esta parroquia para que siga progresando, de estas reunión salieron diferentes ideas tal como la de reunir las demás autoridades acordándose una fecha para la realización de las deliberaciones sucedió así nombrándolo como su primer presidente en el transcurso de la reunión se acordó que se llamaría Pro Oficina Pública, lo que hoy es Junta Cívica Parroquial nos sometimos a una meta de construir las oficinas pública entre ellas:

Local para la Tenencia Política igual que para el Registro Civil porque anteriormente no tenían lugar fijo, se realizó una actividad la cual dejó una utilidad de 20.000,00 (veinte mil sucres) como parte para construir las referidas obras. Debido a que no concluyó en su totalidad los trabajos, se pidió ayuda a la Ilustre Municipalidad de Chone quien nos donó 40.000,00 (cuarenta mil sucres), con lo anterior y más lo de otras actividades se culminó dicho trabajo.

Este plan serio que emprendimos nos declara el Sr. García conjuntamente con el equipo que se conformó llegamos a la meta de hacer crecer en algo a la parroquia, dándoles oficinas que beneficieren a la colectividad, nuestro interés iba más allá de darle a San Antonio lo que se merece, pero tanto es que la plus valía de construcción San Antonio está avanzando.

El Sr. García en su presidencia también le gustó colaborar en lo cívico y social con él alcanzamos de ese entonces unas gran fiestas de independencia con desfile cívico y elección de la Srta. 12 de diciembre.

A través de la historia de San Antonio, también podemos mencionar como presidente de la Junta Cívica al Sr. Ramón Antonio Loor que también nos manifestó y nos dio a conocer que la construcción del mercado se comenzó con una demora prolongada pero los trabajos en la actualidad marcha con normalidad y entereza.

La obra tiene un costo de ocho millones de sucre y está a cargo del Arq. Alfonso Mejía de la Compañía ALMENO informó que va a firmar un contrato entre el Sindicato de Chóferes, Ministerio de Educación y la Municipalidad de Chone para la dotación de una biblioteca con 1500 libros, se está trabajando en el relleno de la academia Ana Cruz Mendoza, a fin de llegar a construir tres aulas en igual forma nos mencionó que hay un ofrecimiento formal por parte del concejo de Chone para la construcción del sub. Centro de Salud por un valor de once millones de sucre, nos hizo conocer las particularidades del contrato del concejo de Chone para el alumbrado eléctrico, desde la parte central de la parroquia hasta el colegio Aníbal Andrade.

También aclaró que con las partidas de interés provincial se financió el cerramiento del local de la Esc. Morales Ascázubi por un monto de tres millones de sucres; cabe mencionar que este presidente como los demás colaboradores de nuestra parroquia a tenido un espíritu altruista y positivo en beneficio de nuestra añorada comunidad.

El primer presidente de la Junta Parroquia de San Antonio elegido por el Alcalde y Ediles el año 1992-1999 fue el Sr. Neptalí Zambrano Loor y su vicepresidente el Sr. Ramón Antonio Loor, el segundo por voto popular por espacio de 4 meses fue el mismo Neptalí Zambrano Loor, pero después por las reformas de las leyes de la Junta en el capítulo III abarca la estructura Orgánica y Funcional de la Junta Parroquial y de la Asamblea Parroquial en su art. 7 Integración dice: “La Junta

Parroquial Rural estará integrada por cinco miembros principales y por su respectivos suplentes elegidos mediante votación popular y directa en la forma que señala la ley durante cuatro años en sus funciones y podrán ser reelegidos para la designación de presidente, vicepresidente, primero, segundo y tercer vocal se respetará y adjudicará de forma obligatoria. Según la mayoría de votación alcanzado en el proceso electoral respectivo por cada uno de los integrantes de la Junta Parroquial. Así el de mayor votación será designado presidente, el segundo en votación vicepresidente y así sucesivamente.

Por esa razón acogándose a esta Ley de Juntas Parroquiales y por su mayoría de votos el nuevo presidente de la Junta Parroquial elegido por votación popular fue el Dr. Marcelo García Zambrano; Sra. Ana García Dueñas, vicepresidente, Lcdo. Cecilio Viteri Primer vocal, segundo vocal Sr. Neptalí Zambrano, tercer vocal Sra. Neyva Molina Carvajal, cada uno de ellos tuvieron su asignación de funciones de principales para desarrollar trabajo en la comunidad y como secretaria - tesorera la Srta. Esperanza Dueñas Moreira, año de Gobierno 2000 a 2004.

En los actuales el Gobierno Parroquial o Junta Parroquial de San Antonio esta presidida por el Sr. René Zambrano Rodríguez Presidente, vicepresidente Sr. Neptalí Zambrano Llor (este salió de sus funciones ingresando el Sr. Marcelo García Barberán, en la actualidad la Sra. Neyva Molina Carvajal) Primer vocal Sr. Raúl Mero, Segundo vocal Lcda. Ruth Salazar Carvajal, Tercer vocal Sra. Ana García de Zambrano y Secretaria Tesorera La Sra. Esperanza Dueñas Moreira de Macías, el Sr. Neptalí Zambrano Llor por acepta el nombramiento de Teniente Político, renunció al cargo de miembro de la Junta, por lo que tenemos a su suplente en la persona del Sr. Marcelo García Barberán miembro principal. Y conformada la Junta de esta manera: Presidente Sr. René Zambrano R. Vicepresidente Sr. Raúl Mero G. Primer Vocal Lcda. Ruth Salazar C. segundo vocal Sra. Ana García D. y tercer vocal principal Sr. Marcelo García B. y como Secretaria – Tesorera la Sra. Esperanza Dueñas M. Así nuestra función como miembro es apoyar, colaborar y trabajar decididamente por el bienestar socio

cultural, económico y progresista de nuestra parroquia donde, desde el tiempo que fuimos asignado 2005 hasta el 2009 nos hemos comprometido con la comunidad y sitios aledaños.

5.4. GAD BOYACÁ

5.4.1. Plan Estratégico de Comunicación del GAD Boyacá

a. Misión:

La Junta Parroquial Boyacá es un Gobierno Autónomo Descentralizado con Personería Jurídica de Derecho Público, con Autonomía Administrativa y Financiera, promueve 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. Visión:

En el año 2016 la Parroquia Boyacá, es un centro de producción agrícola, ganadera, cuenta con servicios básicos de calidad, educación con tecnología de punta. Su población es saludable, protege su medio ambiente, sus líderes y autoridades son honestas y capacitadas, generando calidad de vida para la población.

c. Objetivos estratégicos:

Contar con una herramienta de gestión, elaborada con los actores de la parroquia rural de Boyacá, garantizando su desarrollo, coherente sin afectar ni perjudicar al medio natural, social y precisando, objetivos, políticas, proyectos y programas prioritarios de desarrollo rural y su inserción en el desarrollo cantonal, provincial, regional y nacional.

Gestionar para que todas las comunidades cuenten con sus servicios básicos satisfactorios y productivos.

Establecer políticas de desarrollo y ordenación territorial para el crecimiento adecuado y sostenible.

Consolidar de forma adecuada, asentamientos humanos articulados internamente, equilibrados en cuanto a su dinámica de relaciones, con funciones y roles definidos que permitan su integración con los niveles parroquial, cantonal, provincial, regional y nacional.

Orientar la dotación de infraestructura de servicios públicos básicos y sociales en función de las características de los asentamientos urbanos.

d. Políticas:

Fortalecer, y unir a todas las comunidades y organizaciones para lograr una mejor calidad de vida.

e. Objetivos de Comunicación

- Priorizar los proyectos e iniciativas estratégicas
- Determinar los públicos estratégicos y satisfacerlos
- Poner en marcha un plan de comunicación
- Realizar un diagnóstico
- Formular los lineamientos estratégicos
- Desarrollar los objetivos, los indicadores y las metas de comunicación

f. Elementos del Plan de Comunicación

1	Objetivos	Definir los objetivos
2	Responsabilidad	Quienes ejecutaran el programa de comunicación

3	Público	El público objetivo
4	Mensajes	Es el mensaje clave para el público
5	Medio	Serán los medios apropiados para cada público
6	Definición de tiempos	La frecuencia con la que se comunicará los mensajes al público

5.4.2. Interpretación simbólica de sus símbolos

5.4.2.1. Himno

Significado el himno es una evocación armoniosa de la identidad de la Parroquia Boyacá Cantón Chone.

“El coro es una exhortación cívica que saluda a este pueblo digno y generoso. Las estrofas sintetizan los elementos muy propios de Boyacá como son el valle, las palmeras, la estirpe de la alfarada y el honor por sus gestas gloriosas. Simbólicamente resalta los colores de la bandera: el verde como esperanza; el rojo como rebeldía y el Celeste como el ideal. Enfatiza los principios de libertad, democracia y pujanza que es el desarrollo de su floresta como símbolo del trabajo, de la fuerza y el vigor de los habitantes.

Este himno es una alegoría que musicalizada constituye una expresión de fervor cívico que proyecta hermandad, honor y dignidad para los hijos del pasado, del presente y del futuro de Boyacá”⁶.

5.4.2.2. Bandera

La bandera de Boyacá contiene tres colores:

- Verde

⁶ <http://gadboyaca.gob.ec/manabi/?p=131>

- Rojo y
- Celeste

Verde, representa las palmeras que existen en sus valles.

El Rojo, la sangre derramada por los héroes en la batalla de Boyacá en campos Colombianos.

El Celeste, por la ubicación de la Parroquia a nivel del mar.

5.4.2.3. Escudo

“Representa al pueblo tradicional y liberal, en sus extremos son de color rojo, donde se generó el campo de batalla, su forma puntiaguda está dividida en dos áreas, en la parte superior existen dos elevaciones, la primera que significa la elevación de sitio a Parroquia, ubicándola con el nivel del mar, y las palmas, la abundancia, razón que encontró su fundador José Miguel Párraga, quien le dio el nombre de la Palma y el sol que simboliza la raza India.

En la parte inferior, el color amarillo representa la riqueza de su suelo, un cuerno derramando sus variados productos, la vaca por la cría de ganado y la fecha donde se suscribió el acta de posesión de las primeras autoridades”⁷.

5.4.3. Ubicación geográfica

La Parroquia Boyacá se encuentra ubicada:

- Al Noroeste del Cantón.
- Norte con Cucuy y la Parroquia Eloy Alfaro.
- Al Sur con Barquero, San Antonio y Santa Rita.
- Al Este con Ricaurte y Pavón.

⁷ <http://gadboyaca.gob.ec/manabi/?p=131>

- Al Oeste con San Vicente y san Isidro

Su extensión es de 329 km y los sitios de Boyacá son:

- Buenos Aires
- Estero Seco
- Las Piedras
- Platanales
- Las Cañas
- Liberales
- San Miguel
- Capricho
- Daca 1
- Daca 2
- Chichanda
- Danada 1
- Danda 2
- La Barranca
- La Chala
- el Retiro
- La Victoria

- Palestina
- Baren
- Chamisa
- La Habanita
- Batan

5.4.4. Historia de la parroquia

“Boyacá antes llamado Recinto la Palma, por la llegada a este lugar el Señor José Miguel Párraga en 1870, de procedencia del Cantón Rocafuerte, abriendo espacio entre la selva enmarañada trazo un sendero llegando a este hermoso lugar , obtenido una propiedad desde San Antonio hasta Baca de Monte lo que hoy es Simón Bolívar .

Aquí construyó su morada Don Miguel Párraga que se conservó hasta hace poco tiempo, según varios moradores aún recuerdan que los horcones eran desde el suelo hasta el techo y que estaban agarrados de bejucos: productos de la gran vegetación existencia de la época.

Este mismo Señor deslindó las calles de la Parroquia y la esposa dejó el terreno para el templo donde es el lugar sagrado espiritual del sector y esta capilla lleva el nombre de San Miguel

Era un lugar lleno de palmeras que se abrazaban con el vaivén del viento; esto lo inspiró a Don Miguel llamarlo sitio La Palma, así fueron llegando muchas personas más a vivir y a quedarse es este paradisiaco lugar, entre ellos tenemos : Señor José Moreira, Juan Felipe Vera, Manuel Moreira, Alejandro Vivas, Bladomero Ibarra, Filiberto Vera, Víctor Quevedo, José Espinoza, Enrique y Emiliano Montesdeoca, Emiliano Cedeño, Juan Cruz Aizprúa, Manuel Grijalva entre otros.

Poco a poco el sitio La Palma fue creciendo demográficamente y por 5 décadas de creación hubo la necesidad de cambiar su nombre y Don Miguel Párraga propone al cabildo de Chone en ese entonces presidente Ramón Verduga el Nombre de BOYACÁ; en honor a la gran Batalla del 7 de Agosto de 1819 en campo Colombiano bajo el mando del Libertador Simón Bolívar logrando la independencia del pueblo Colombiano de la opresión Española.

Este Pedido fue atendido en el Municipio y en Sesión del 1 de septiembre de 1919 se dictó la Ordenanza Municipal donde eleva a la categoría de Parroquia al Sitio “LA PALMA” con el nombre de “BOYACA”.

Esta Ordenanza se envió a la Ciudad de Quito para dar a conocer de esta resolución al Ministerio de Municipalidades dirigido en ese entonces por el Dr. Alfredo Baquerizo Moreno.

Transcurrieron 6 meses en la que se oficializa en el Registro Oficial el 18 de Marzo de 1920 la Resolución del Concejo Cantonal, donde se da lectura al oficio N°55 del Ministerio de Guerra y Marina encargado del despacho de Municipalidades.

Este oficio fue insertado a la presidencia de la República del Dr. Alfredo Baquerizo Moreno aprobada a la ordenanza donde se crea a la nueva Parroquia de Boyacá en Cantón Chone el 3 de Junio de 1920 y así con este acuerdo se trasladan a Boyacá las autoridades del Municipio a posesionar a las nuevas y primeras autoridades.

El 27 de julio de 1920 llegaron a este sector Don Emilio Jarre Vicepresidente del Cabildo y miembros del Batallón Cazadores del Cantón Chone y le acompañaron: Estenio Murillo, Frowen Coppiano, Ignacio Hidalgo asistieron tres oficiales del mismo batallón: Segundo Jarre sargento Mayor, Cesar Augusto Gallegos, subteniente Fernando Salazar y Alejandro Alcivar.

Esta sesión se efectuó en casa del Sr. José Vidal Hidrovo para dar lectura a l acta de aprobación N°284 del 5 de marzo de 192.

El primer Teniente Político el señor Zenorio Espinel Franco posesionado el 10 de abril de 1920, la posesión Don Vidal Hidrovo Moreira como primera autoridad del Cantón Chone.

Cuantos pasajes de la vida de Boyacá no han transcurrido sus luchas permanentes por desarrollarse, su constancia de aprenderá a vivir con inviernos, grandes sequias pero hay sobreviviendo sacando fuerzas.

El solo nombre de esta Parroquia rememora una de las mas celebres y épicas jornadas de lucha cumplida por héroes. La Población siempre se ha caracterizado por el amor al trabajo y la superación”⁸.

⁸ <http://gadboyaca.gob.ec/manabi/?p=129>

CAPÍTULO II

6. HIPÓTESIS

La comunicación externa influye en la gestión de la información de los GADs de Boyacá y San Antonio en el año 2015.

6.1. Variables

6.1.1. Variable Independiente

Comunicación externa

6.1.2. Variable Dependiente

Gestión de la información

6.1.3. Término de relación

Influye

CAPÍTULO III

7. METODOLOGÍA

7.1. Tipo de Investigación

En el presente trabajo se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

- **Bibliográfica y documental:** Este tipo de investigación garantiza la calidad de los fundamentos teóricos que se emplean en la investigación, utilizando documentos, libros y revistas científicas con información de las variables de estudio.
- **De campo:** La investigación de campo es la que permite estar en el lugar de los hechos, analizarlos y comprender la realidad del problema, es el más utilizado y otorga la validez que requiere la investigación en cuanto a hechos y sucesos prácticos que validen la investigación.

7.2. Nivel de Investigación

En el presente trabajo se utilizaron los siguientes niveles de investigación:

- **Descriptiva:** La investigación descriptiva ayuda a describir los datos de la investigación, para conocer las situaciones que predominan en el problema objeto de estudio, para así conocer más profundamente los hechos que involucran la investigación.
- **Explicativa:** Esta investigación ayuda a la explicación de las teorías, elaboración de conceptos y definiciones, además de las suposiciones, de forma ordenada y sistemática de los sucesos que interfieren en el tema objeto de estudio de los investigadores.
- **Exploratoria:** La investigación exploratoria permite tener una visión general del problema, aproximándose a los hechos y así reconocer las circunstancias en las que se desarrolla la investigación, además permite obtener información sobre las probabilidades de llevar a cabo la investigación.

7.3. Métodos

- **Inductivo:** El método inductivo permite razonar la investigación partiendo de lo particular a lo general, es decir de una parte a un todo, para su realización se deben considerar la observación, experimentación, comparación, abstracción y la generalización.
- **Deductivo:** Este método deductivo en cambio permite un razonamiento desde lo general a lo particular, partiendo así desde lo más complejo de la investigación hasta lo más simple del problema, analizando cada concepto que lleve a los elementos que conforman el todo.
- **Analítico:** el método analítico da lugar al análisis de los elementos y características del fenómeno de estudio, mediante la descomposición del problema, para revisar cada una de sus partes y posteriormente tener una comprensión de su funcionamiento, analizando cada una de las características del fenómeno de estudio.
- **Sintético:** El método sintético hace referencia a la síntesis, que es la unión del todo a través de la unión de sus partes, para estudiar la relación de cada una y entre sí, este método permite llegar a conocer las causas y los efectos de la investigación, posteriormente aporta a la construcción de las conclusiones y recomendaciones.

7.4. Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección de información que los investigadores aplicaron son las siguientes:

- **Encuesta:** Las encuestas se aplicaron al personal y usuarios de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la parroquia San Antonio y Boyacá.
- **Entrevista:** La entrevista fue dirigida a los presidentes de las juntas parroquiales de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la parroquia San Antonio y Boyacá

7.5. Población y Muestra

7.5.1. Población

Para la población se tomó en cuenta el personal de los GADs de Boyacá y San Antonio, al ser este el lugar en donde se desarrolló la investigación, además se considera una población de 50 usuarios al azar, la misma que se detalla a continuación:

TABLA #1

POBLACIÓN	GAD SAN ANTONIO	GAD BOYACA
PRESIDENTE DE LA JUNTA	1	1
VOCALES PRINCIPALES	4	4
VOCALES ALTERNOS	5	5
CONTADOR O TESORERO	1	1
SECRETARIA	1	1
PERSONAL EXTRA	8	0
USUARIOS	50	50
TOTAL	70	62
POBLACIÓN TOTAL	132	

7.5.2. Muestra

Para la muestra se tomó en cuenta el 100% de la población, ya que es una población pequeña.

8. MARCO ADMINISTRATIVO

8.1. Recursos Humanos

Investigadores: Irene Isabel Torres Mendoza y Jonny Raúl Domínguez Párraga

Director de tesis: Lic. Aurora Barreiro Vera

8.2. Recursos Financieros

CANTIDAD	PRODUCTO	VALOR UNIT.	TOTAL
2	Laptop	400,00	800,00
1	Impresora	300,00	300,00
8	Resmas de papel	3,50	28,00
8	Anillados	1,50	12,00
3	Empastados	10,00	30,00
500	Copias	0,03	15,00
--	Viáticos	--	100,00
SUBTOTAL			1285,00
IMPREVISTO 10%			128,50
TOTAL			1413,50

Son mil cuatrocientos trece con cincuenta centavos de dólares americanos

CAPÍTULO IV

9. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISIS DE DATOS

9.1. ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL GAD PARROQUIAL DE SAN ANTONIO

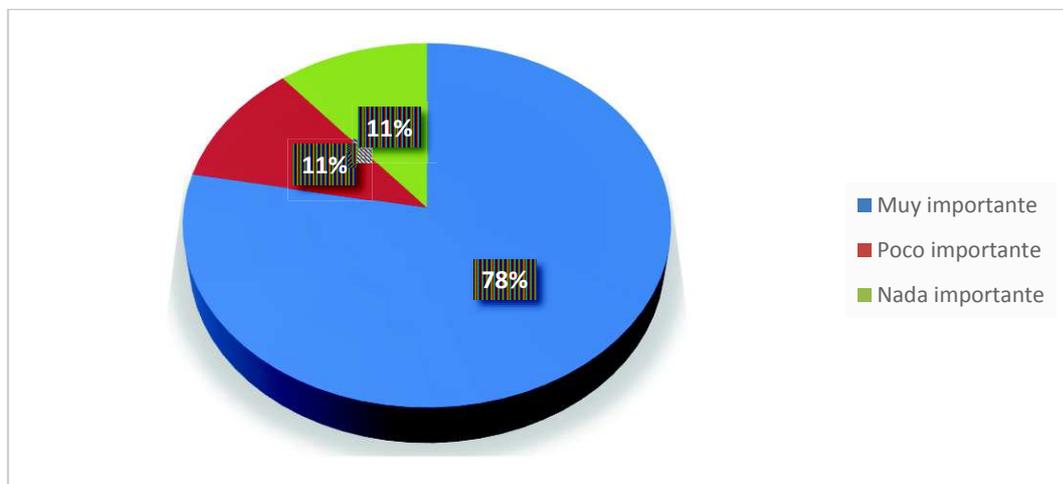
1. ¿Qué tan importante es la comunicación externa en el GAD?

TABLA #1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	2	11%
Poco importante	2	11%
Nada importante	15	78%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #1



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

De los datos obtenidos con el 78% se considera que la comunicación externa del GAD es muy importante, el 11% poco importante y el otro 11% nada importante, es decir que saben y están conscientes de su importancia. Es decir que la mayoría la considera muy importante porque es consciente de

los beneficios que esta aportaría al desarrollo y buen funcionamiento de la institución.

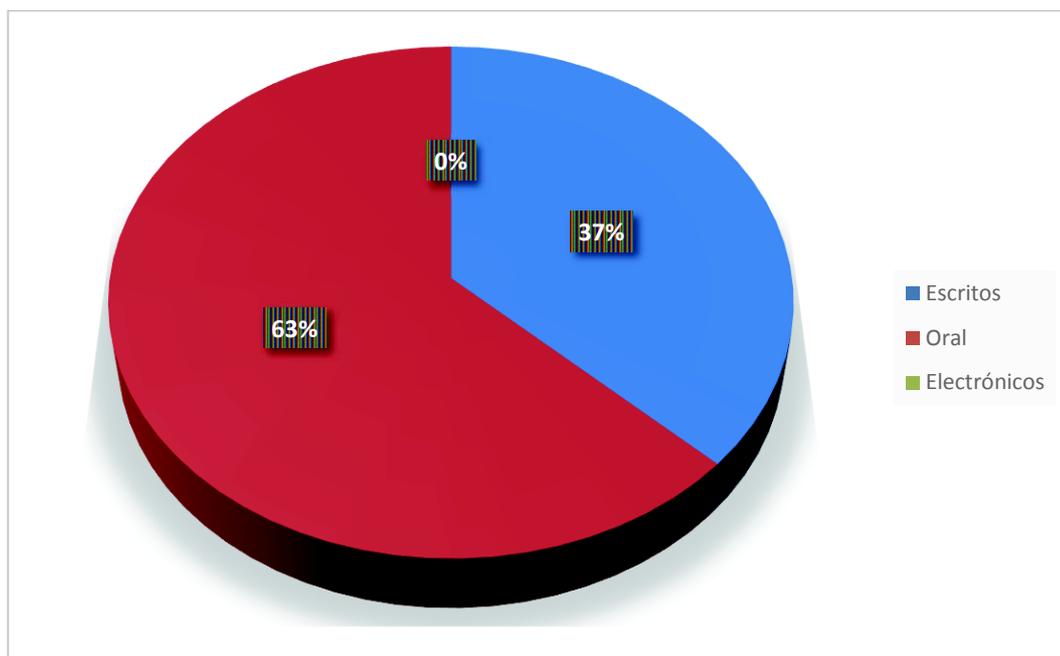
2. ¿Por qué medios el GAD les hace comunicados?

TABLA #2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Escritos	7	37%
Oral	12	63%
Electrónicos	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #2



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios por el cual el GAD San Antonio hace comunicados es un 63% oral y un 37% escritos, es decir que es su mayoría el cabildo maneja una

comunicación informal. Por lo cual se determina que la comunicación es efectuada de forma informal tanto dentro y fuera de la institución, complicando de esta manera el correcto procedimiento del manejo de la comunicación.

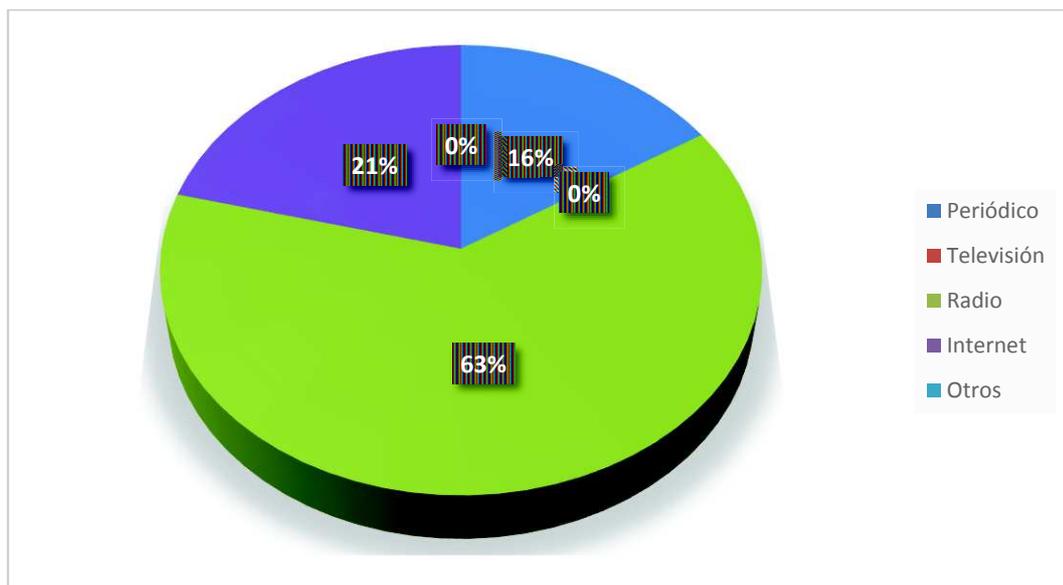
3. ¿Qué medios usa el GAD para difundir información al público externo?

TABLA #3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Periódico	3	16%
Televisión	0	0%
Radio	12	63%
Internet	4	21%
Otros	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #3



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios para difundir información en el GAD San Antonio son el 21% internet y un 16% periódicos, mientras que de la televisión y radio no hacen uso, según el personal de la institución. Es decir que mayormente se hace uso del internet para la difusión de información lo cual no es lo más adecuado porque no toda la ciudadanía tiene acceso a ello.

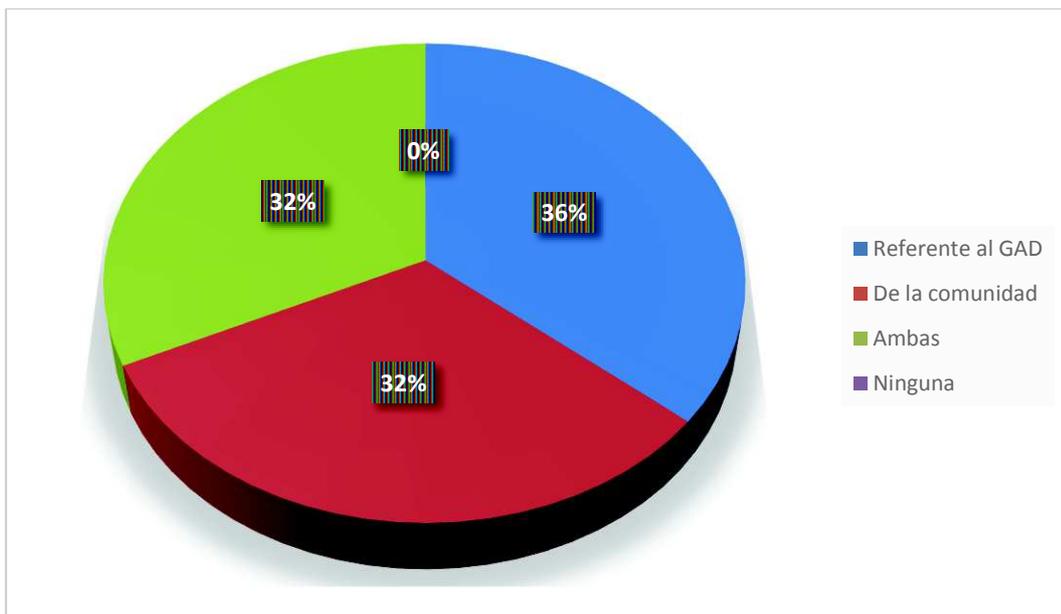
4. ¿Qué tipo de información es la que difunde el GAD?

TABLA #4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Referente al GAD	7	36%
De la comunidad	6	32%
Ambas	6	32%
Ninguna	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #4



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El tipo de información que difunden en el GAD San Antonio es 36% referente al GAD, 32% de la comunidad y otro 32% ambas, es decir que informar más cosas sobre el GAD parroquial que los acontecimientos de la ciudadanía y la parroquia en general. Po lo tanto existen malos manejos comunicacionales a nivel externo, ya que se debe planificar y organizar todo tipo de información de interés pública.

5. ¿Cuál es la principal estrategia de gestión de información del GAD?

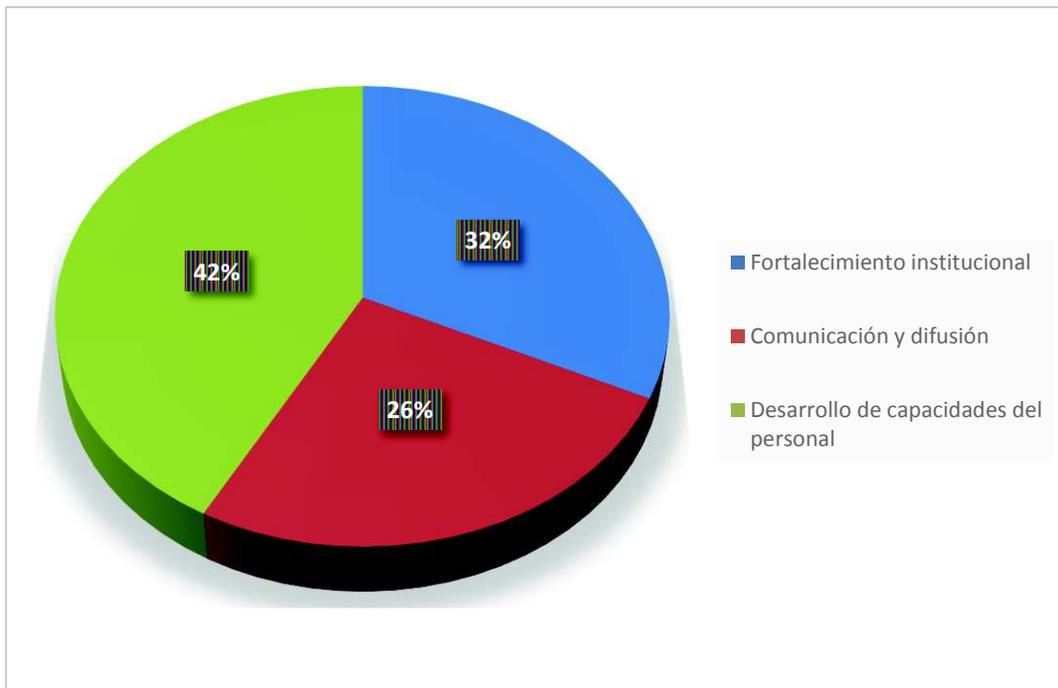
TABLA #5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fortalecimiento institucional	6	32%
Comunicación y difusión	5	26%
Desarrollo de capacidades del personal	8	42%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #5



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La principal estrategia de gestión de información del GAD San Antonio es un 42% desarrollo de capacidades del personal, 32% fortalecimiento institucional y 26% comunicación y difusión. Es decir que en parte están manejando el desarrollo de su personal pero falta mucho en imagen institucional y comunicación, lo que es mucha relevancia para el desarrollo de la institución y la aceptación de la ciudadanía.

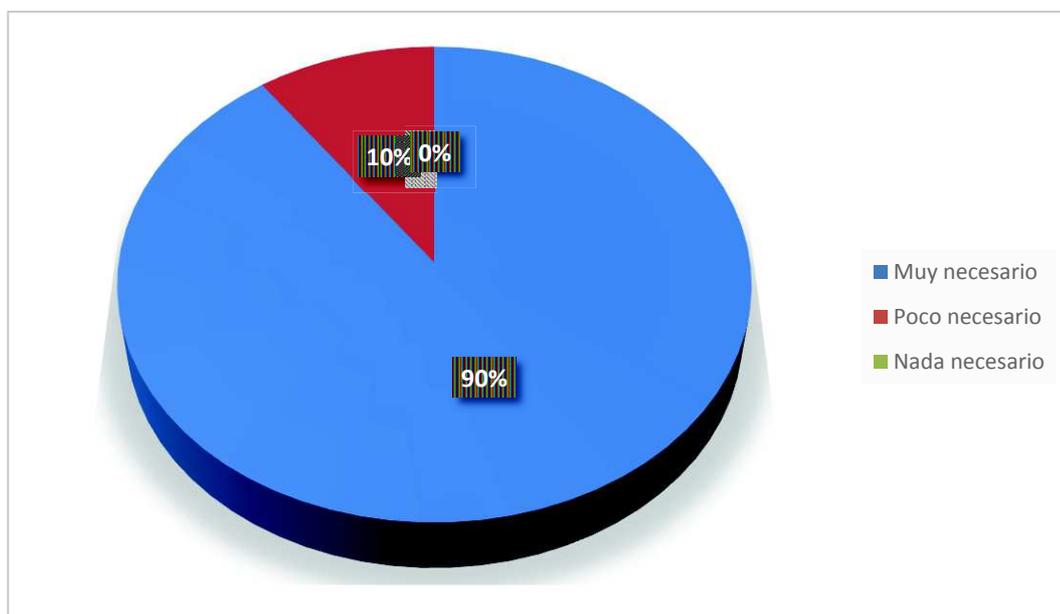
6. ¿Considera usted necesario la gestión de la información del GAD con el público externo?

TABLA #6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy necesario	17	90%
Poco necesario	2	10%
Nada necesario	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio

GRÁFICO #6



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Se indagó sobre la necesidad de gestión de información del GAD con el público externo, la cual es en un 90% muy necesaria y 10% poco necesaria. Es decir que resulta de suma importancia manejar adecuadamente la gestión de la información en el público externo, porque no se puede dar a conocer una información sin antes ser debidamente analizada.

7. ¿Qué aspectos mejoraría usted en la comunicación externa del GAD?

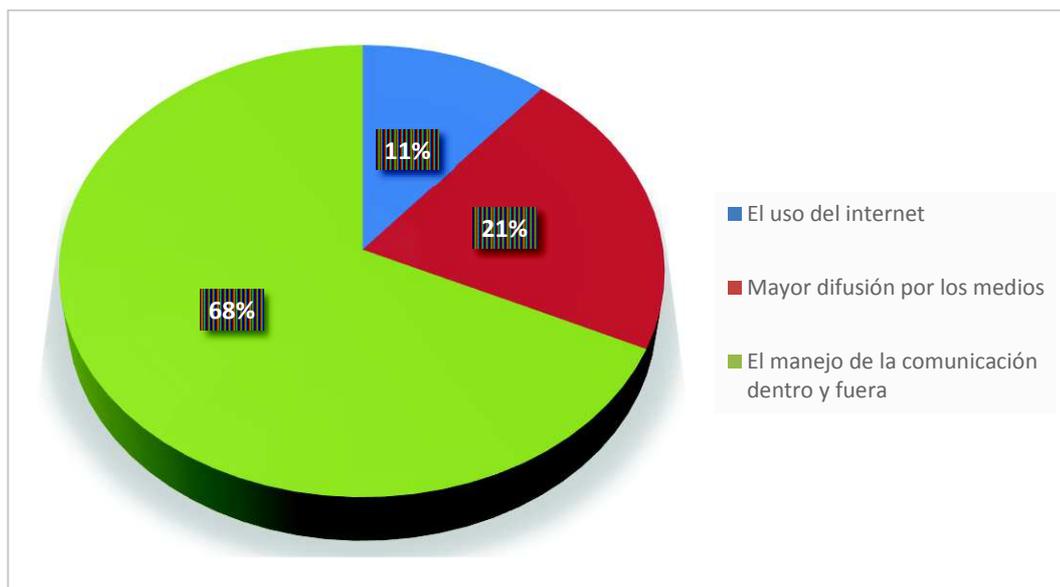
TABLA #7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El uso del internet	2	11%
Mayor difusión por los medios	4	21%
El manejo de la comunicación dentro y fuera	13	68%

TOTAL	19	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #7



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los aspectos que se mejorarían de la comunicación externa del GAD San Antonio son: 68% el manejo de la comunicación dentro y fuera, 21% mayor difusión por los medios y 11% el uso del internet. Es decir que la comunicación en el GAD no es la más adecuada y se deben corregir muchas cosas, entre ellas cómo se maneja la comunicación externa prioritariamente y por ende la gestión de la información como puntos clave.

8. ¿Qué aspectos mejoraría usted en la gestión de información del GAD?

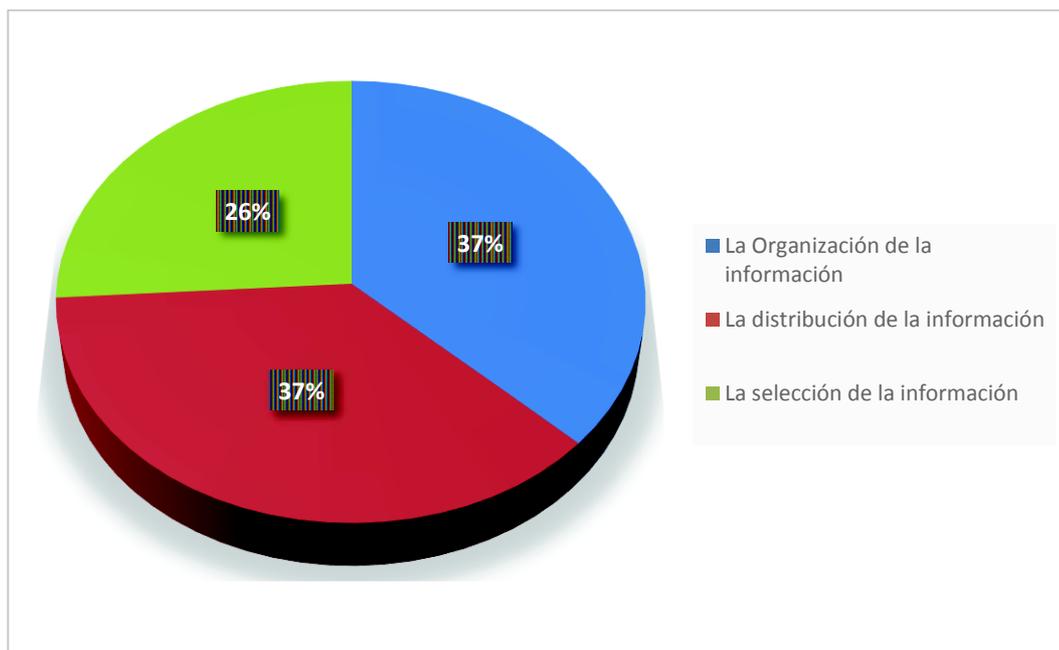
TABLA #8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Organización de la información	7	37%
La distribución de la información	7	37%
La selección de la información	5	26%

TOTAL	19	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #8



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

De los aspectos que mejoraría de la gestión de información del GAD San Antonio son: en un 37% la distribución de la información, otro 37% la organización de la información y el 26% la selección de la información. Es decir que se requiere mejoras en los tres aspectos establecidos, tanto en lo que es organización, distribución y selección de la información.

9. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD?

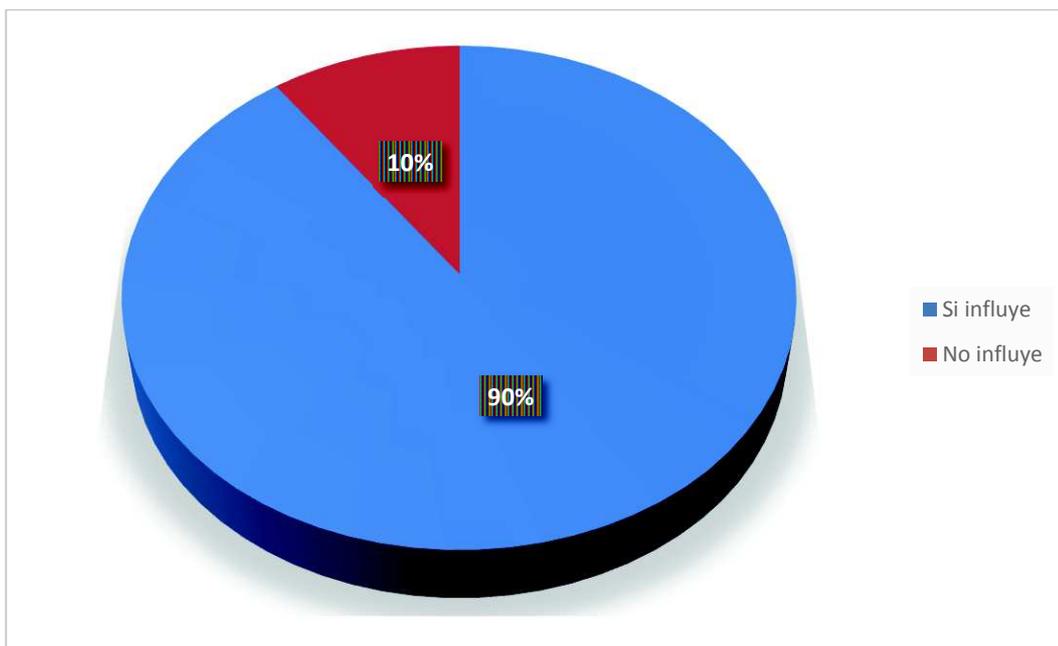
TABLA #9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si influye	17	90%

No influye	2	10%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #9



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La comunicación externa influye en la gestión de información del GAD San Antonio según el personal de la institución, si influye en un 90% y no influye en un 10%. Por lo tanto la gran mayoría concuerda en que si hay una influencia en aquello y se debe tener muy en cuenta.

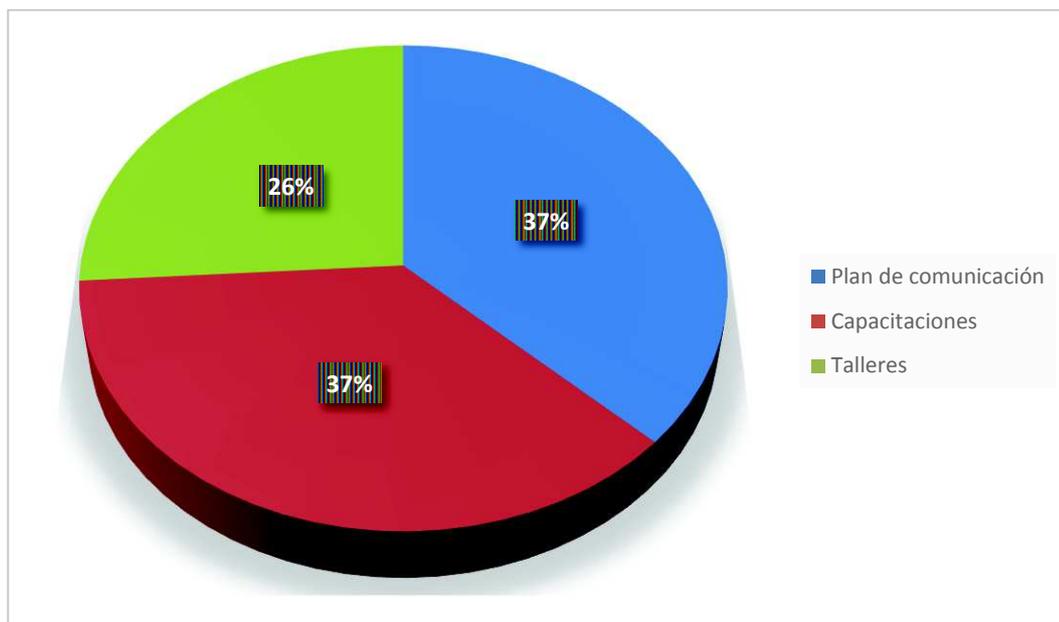
10. ¿Cuál de las siguientes acciones implementaría para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD?

TABLA #10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plan de comunicación	7	37%
Capacitaciones	7	37%
Talleres	5	26%
TOTAL	19	100%

Fuente: Personal del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #10



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Entre las acciones implementaría para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD, están en un 37% capacitaciones, otro 37% un plan de comunicación y un 26% talleres. Es decir que lo más factible sería

capacitar al personal del GAD en cuanto a comunicación externa y manejo adecuado de la información y su gestión.

9.2. ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL GAD PARROQUIAL DE BOYACÁ

1. ¿Qué tan importante es la comunicación externa del GAD?

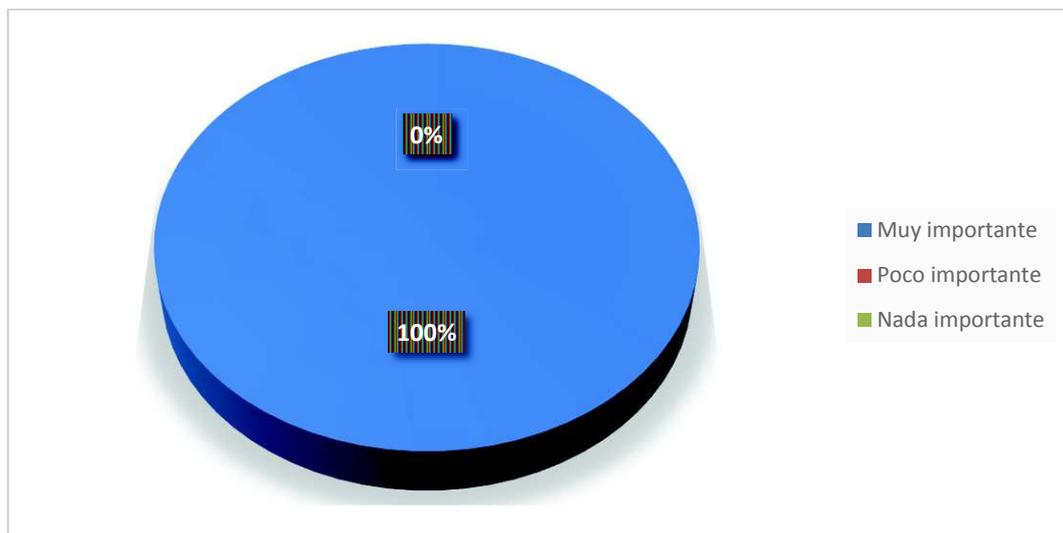
TABLA #1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	12	100%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #1



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

De los datos obtenidos con el 100% se considera que la comunicación externa del GAD de Boyacá es muy importante, es decir que reconocen que se

debe aplicar adecuadamente, además la mayoría la considera muy importante porque es consciente de los beneficios que esta aportaría al desarrollo y buen funcionamiento de la institución.

2. ¿Por qué medios el GAD les hace comunicados?

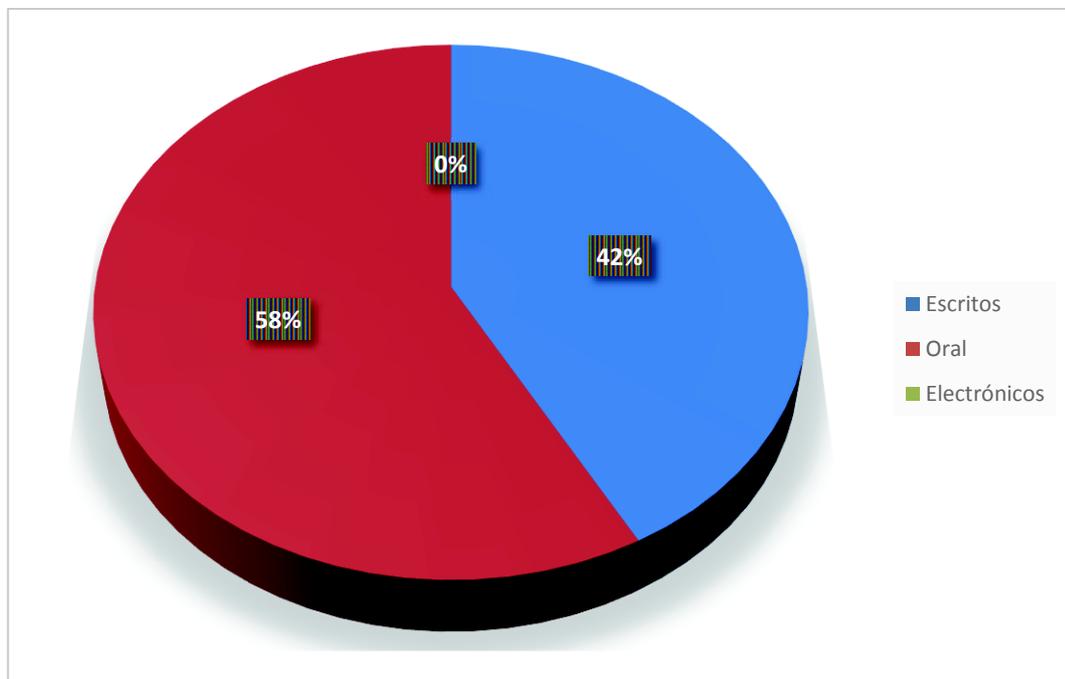
TABLA #2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Escritos	5	42%
Oral	6	58%
Electrónicos	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #2



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios por el cual el GAD de Boyacá hace comunicados es un 58% oral y un 42% escritos, es decir que es su mayoría el cabildo maneja una comunicación informal. Por lo cual se determina que la comunicación es efectuada de forma informal tanto dentro y fuera de la institución, complicando de esta manera el correcto procedimiento del manejo de la comunicación.

3. ¿Qué medios usa el GAD para difundir información al público externo?

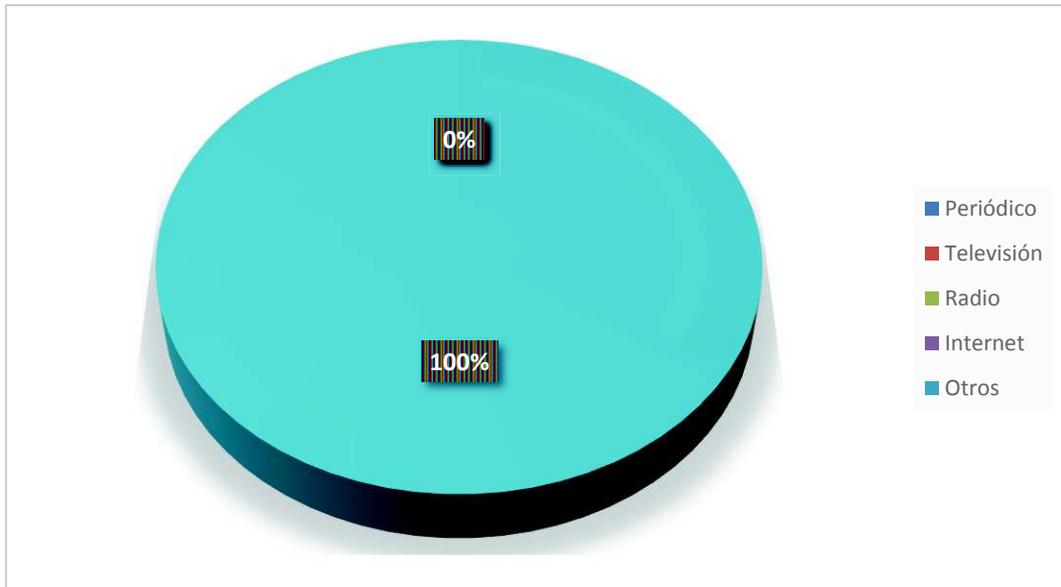
TABLA #3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Periódico	0	0%
Televisión	0	0%
Radio	0	0%
Internet	0	0%
Otros	11	100%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #3



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios para difundir información en el GAD de Boyacá no son ni el periódico, ni televisión, ni radio, ni internet sino el 100% otros tipos de medio, según el personal de la institución. Es decir que mayormente se hace uso de medios alternativos para la difusión de información lo cual no es lo más adecuado porque no se logra llegar a toda la ciudadanía.

4. ¿Qué tipo de información es la que difunde el GAD?

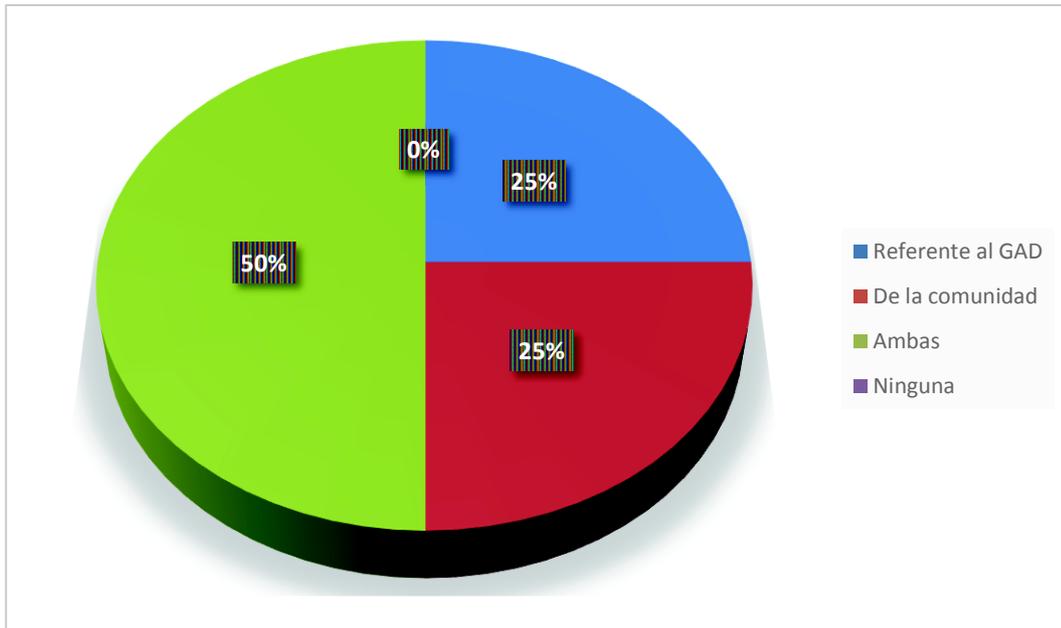
TABLA #4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Referente al GAD	3	25%
De la comunidad	3	25%
Ambas	5	50%
Ninguna	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #4



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El tipo de información que difunden en el GAD San Antonio es 36% referente al GAD, 32% de la comunidad y otro 32% ambas. Es decir que informar más cosas sobre el GAD parroquial que los acontecimientos de la ciudadanía y la parroquia en general, por lo tanto existen malos manejos comunicacionales a nivel externo, ya que se debe planificar y organizar todo tipo de información de interés pública.

5. ¿Cuál es la principal estrategia de gestión de información del GAD?

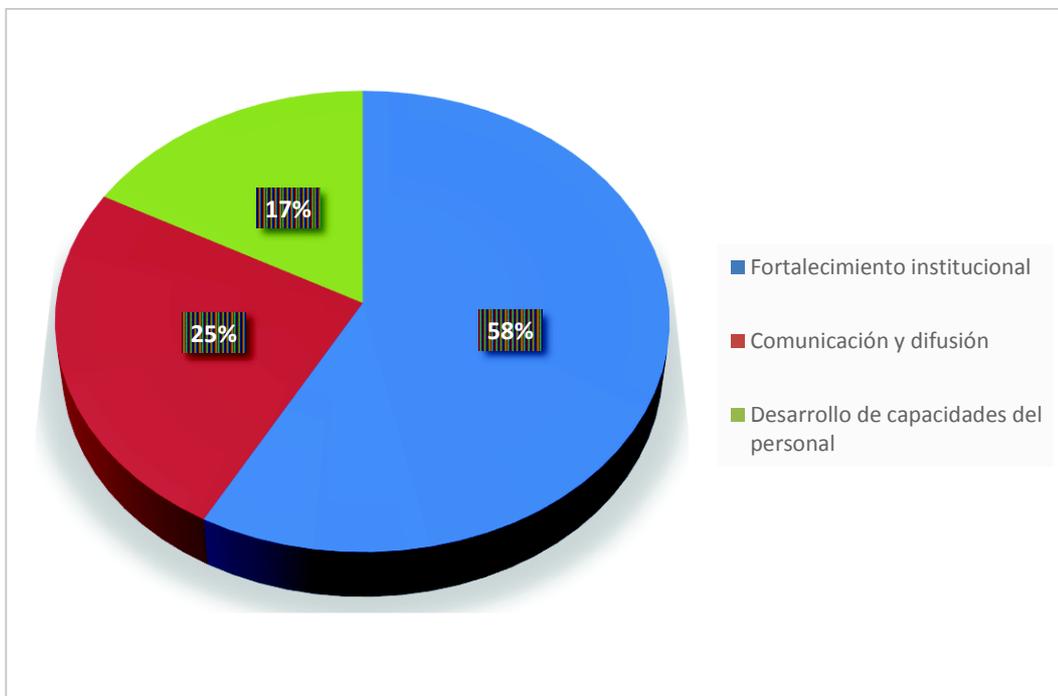
TABLA #5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fortalecimiento institucional	6	58%
Comunicación y difusión	3	25%
Desarrollo de capacidades del personal	2	17%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #5



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La principal estrategia de gestión de información del GAD de Boyacá es un 17% desarrollo de capacidades del personal, 58% fortalecimiento institucional y 25% comunicación y difusión. Es decir que en todos los aspectos se requiere mejorar un poco, lo que es mucha relevancia para el desarrollo de la institución y la aceptación de la ciudadanía.

6. ¿Considera usted necesario la gestión de la información del GAD con el público externo?

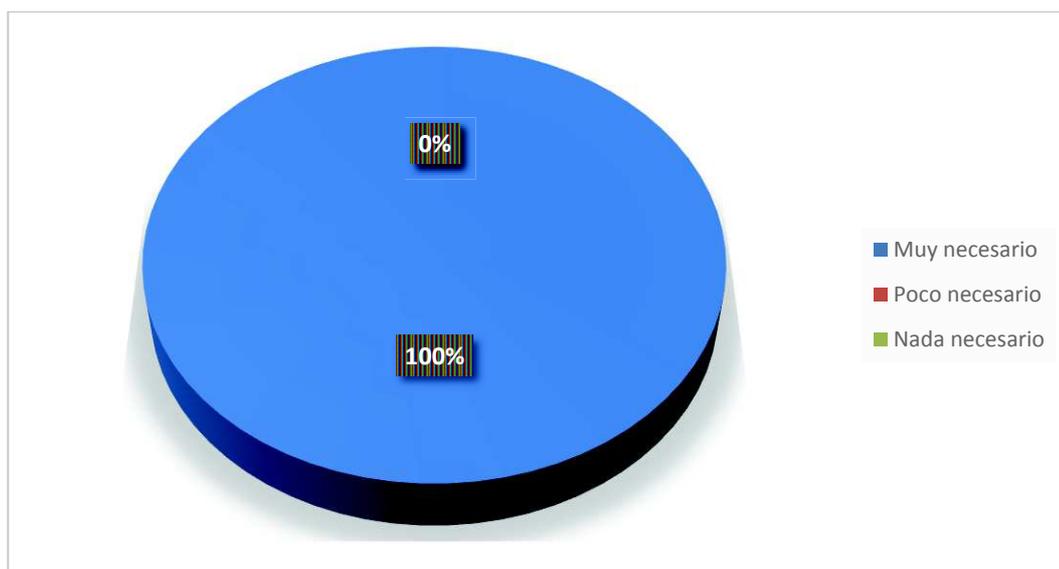
TABLA #6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy necesario	11	100%
Poco necesario	0	0%

Nada necesario	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá
 Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #6



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Se indagó sobre la necesidad de gestión de información del GAD con el público externo, la cual es en un 100% muy necesaria, es decir que resulta de suma importancia manejar adecuadamente la gestión de la información en el público externo, porque no se puede dar a conocer una información sin antes ser debidamente analizada.

7. ¿Qué aspectos mejoraría usted en la comunicación externa del GAD?

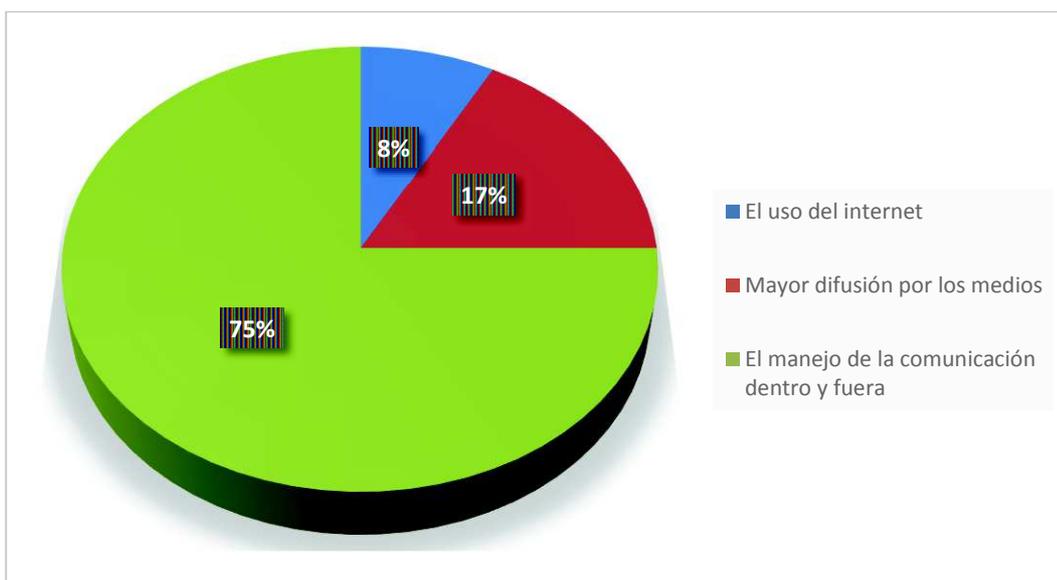
TABLA #7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El uso del internet	1	8%
Mayor difusión por los medios	2	17%

El manejo de la comunicación dentro y fuera	8	75%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #7



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los aspectos que se mejorarían de la comunicación externa del GAD de Boyacá son: 75% el manejo de la comunicación dentro y fuera, 17% mayor difusión por los medios y 8% el uso del internet. Es decir que la comunicación en el GAD no es la más adecuada y se deben corregir muchas cosas, entre ellas cómo se maneja la comunicación externa prioritariamente y por ende la gestión de la información como puntos clave.

8. ¿Qué aspectos mejoraría usted en la gestión de información del GAD?

TABLA #8

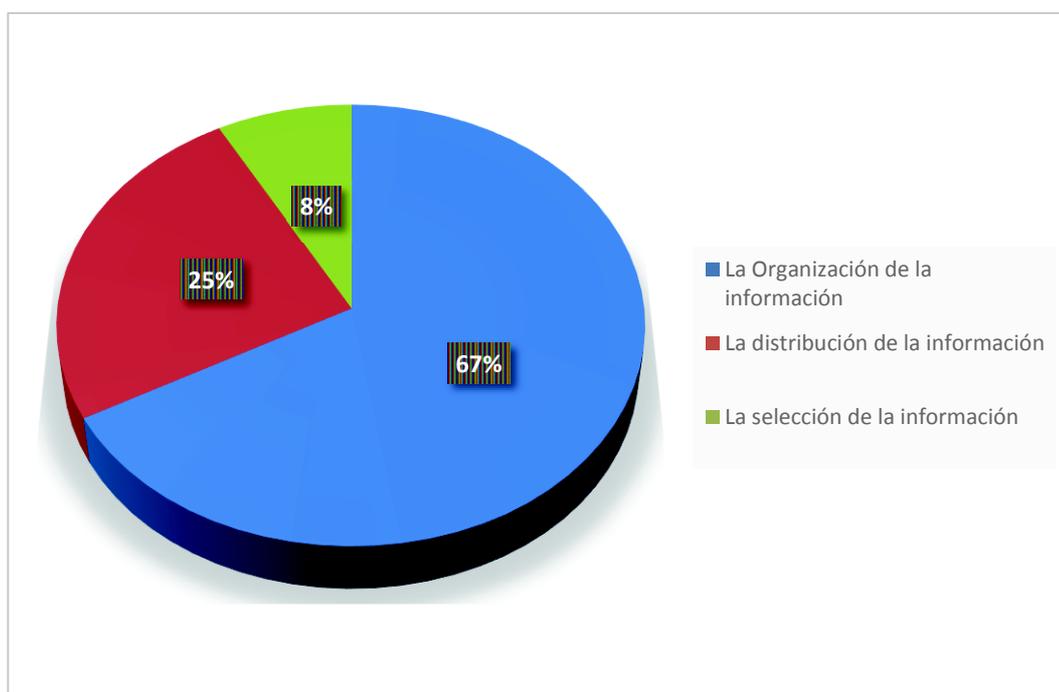
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Organización de la información	7	67%

La distribución de la información	3	25%
La selección de la información	1	8%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #8



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

De los aspectos que mejoraría de la gestión de información del GAD Boyacá son: en un 25% la distribución de la información, otro 67% la organización de la información y el 8% la selección de la información. Es decir que se requiere mejoras en los tres aspectos establecidos, tanto en lo que es organización, distribución y selección de la información.

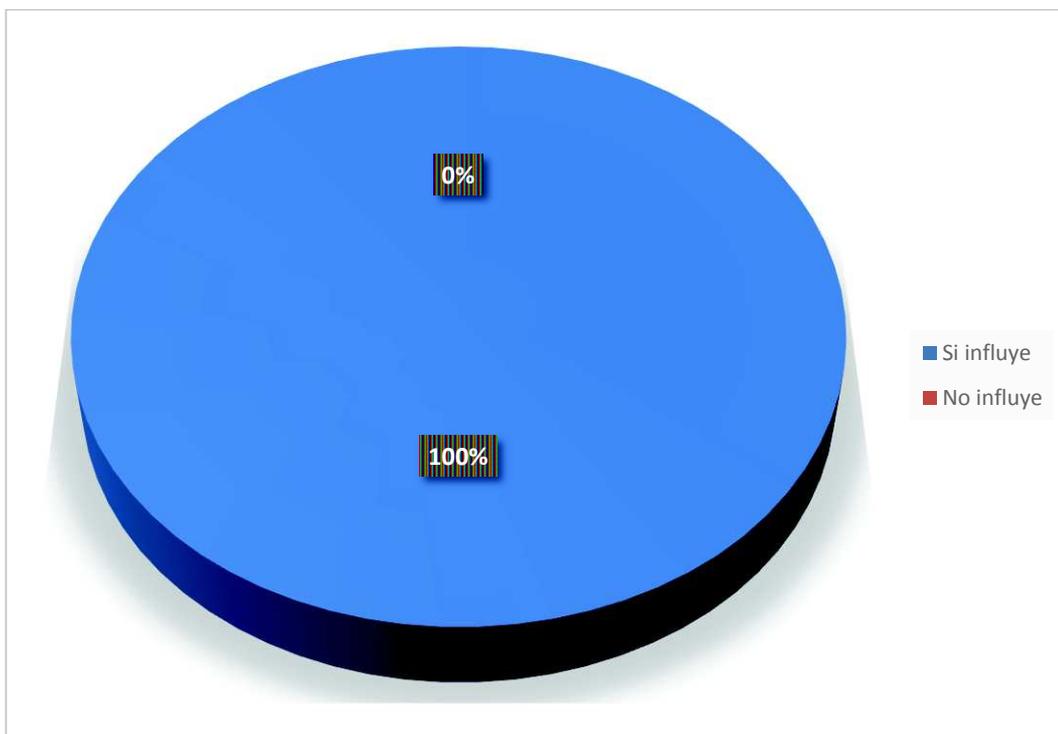
9. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD?

TABLA #9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si influye	11	100%
No influye	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá
 Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #9



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La comunicación externa influye en la gestión de información del GAD de Boyacá según el personal de la institución, si influye en un 100%. Por lo tanto la gran mayoría concuerda en que si hay una influencia en aquello y se debe tener muy en cuenta.

10. ¿Cuál de las siguientes acciones implementaría para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD?

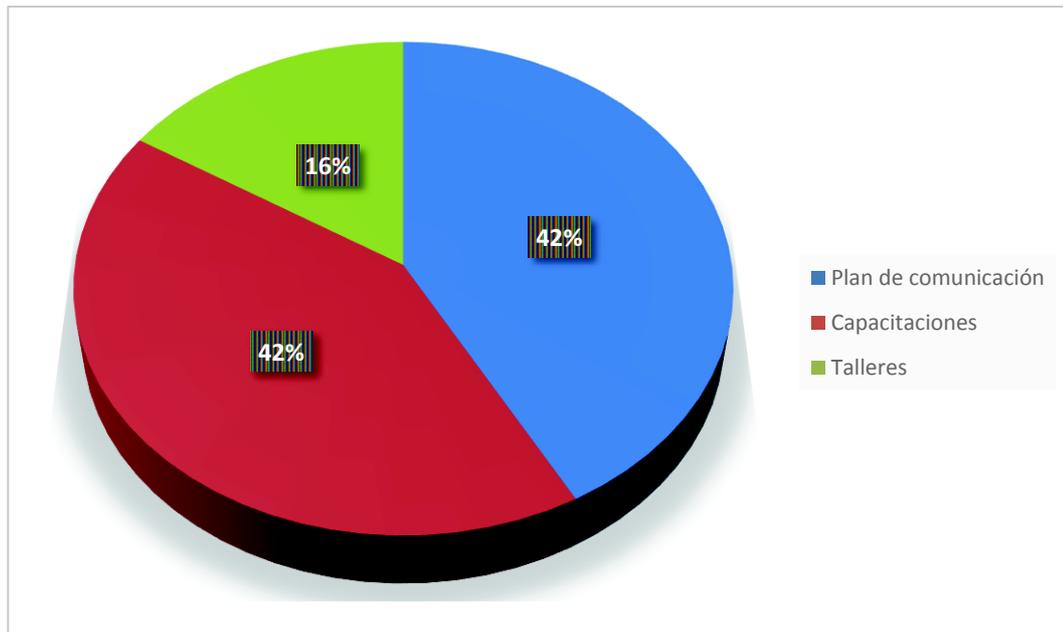
TABLA #10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plan de comunicación	5	42%
Capacitaciones	5	42%
Talleres	1	16%
TOTAL	11	100%

Fuente: Personal del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #10



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Entre las acciones implementaría para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD, están en un 42% capacitaciones, otro 42% un plan de comunicación y un 16% talleres. Es decir que lo más factible sería capacitar al personal del GAD en cuanto a comunicación externa y manejo adecuado de la información y su gestión.

9.3. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL GAD PARROQUIAL DE SAN ANTONIO

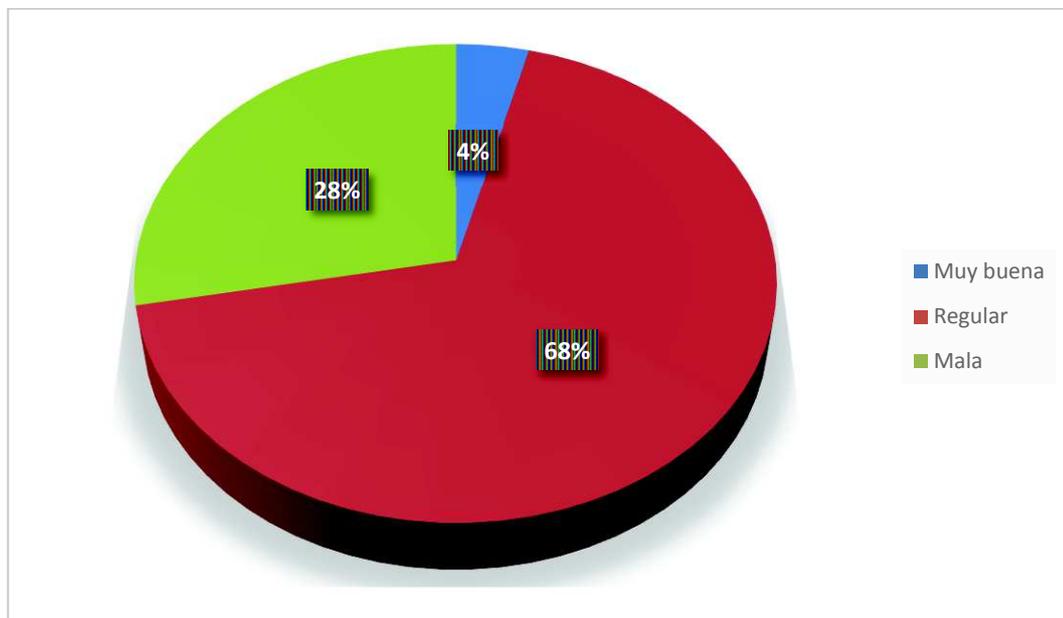
1. ¿Cómo considera la comunicación dentro del GAD de su parroquia?

TABLA #1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	2	4%
Regular	34	68%
Mala	14	28%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #1



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La comunicación dentro del GAD San Antonio es 68% regular, el 28% mala y solo un 4% mala, es decir que sus habitantes no están conformes con la

comunicación que se maneja en el GAD. Es decir que la ciudadanía está inconforme con la comunicación que se maneja en la institución.

2. ¿Por qué medios ha solicitado usted información en el GAD de su parroquia?

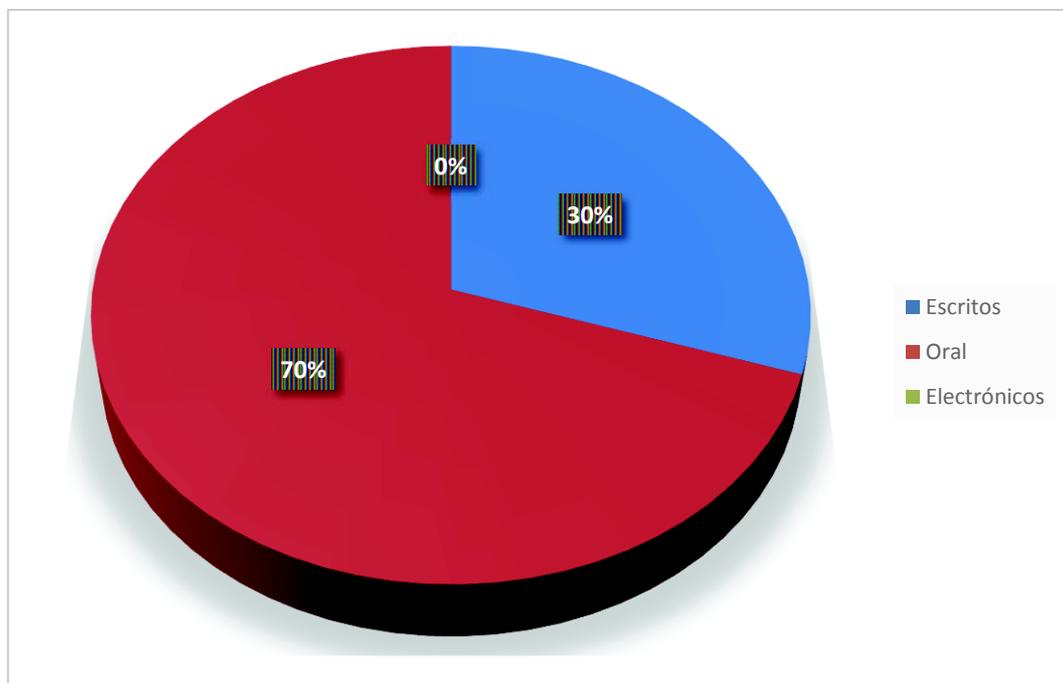
TABLA #2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Escritos	15	30%
Oral	35	70%
Electrónicos	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #2



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios por el cual los habitantes han solicitado información al GAD San Antonio es un 70% oral y un 30% escritos, es decir que es su mayoría el cabildo maneja una comunicación informal. Es decir no hay un respaldo de la información recibida y brindada a la comunidad.

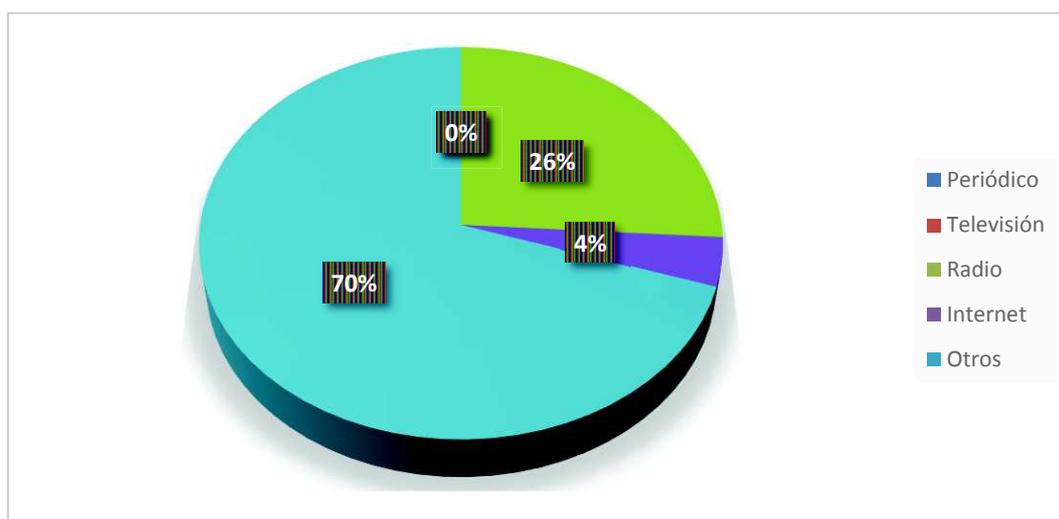
3. ¿A qué medio acude usted para informarse sobre las actividades del GAD de su parroquia?

TABLA #3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Periódico	0	0%
Televisión	0	0%
Radio	13	26%
Internet	2	4%
Otros	35	70%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #3



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios a los que acuden los habitantes de la parroquia para informarse sobre actividades del GAD San Antonio son el 4% internet, un 26% radios y 70% otros, mientras que de la televisión y el periódico no hacen uso, según los habitantes de la parroquia. Por lo tanto no hay uso de medios establecido por la ciudadanía y la institución debe hacer uso de todos los medios posibles.

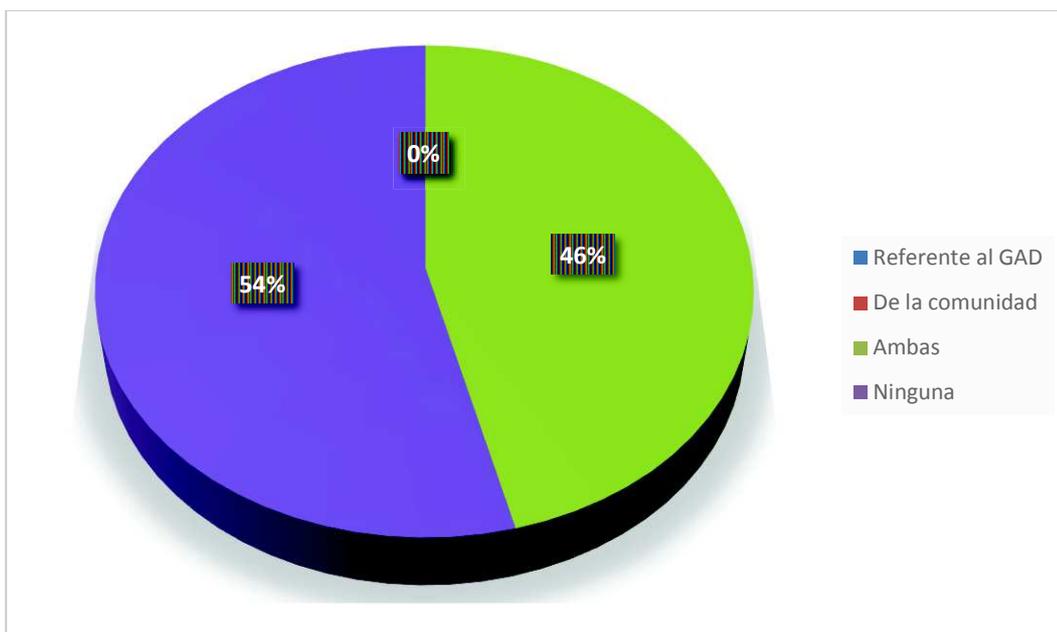
4. ¿Qué tipo de información es la que difunde el GAD?

TABLA #4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Referente al GAD	0	0%
De la comunidad	0	0%
Ambas	23	46%
Ninguna	27	54%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #4



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El tipo de información que difunden en el GAD San Antonio es 46% referente al GAD y a la comunidad y un 54% ninguna. Es decir que la ciudadanía considera que no están informando bien, por lo tanto existen malos manejos

comunicacionales a nivel externo, ya que se debe planificar y organizar todo tipo de información de interés pública.

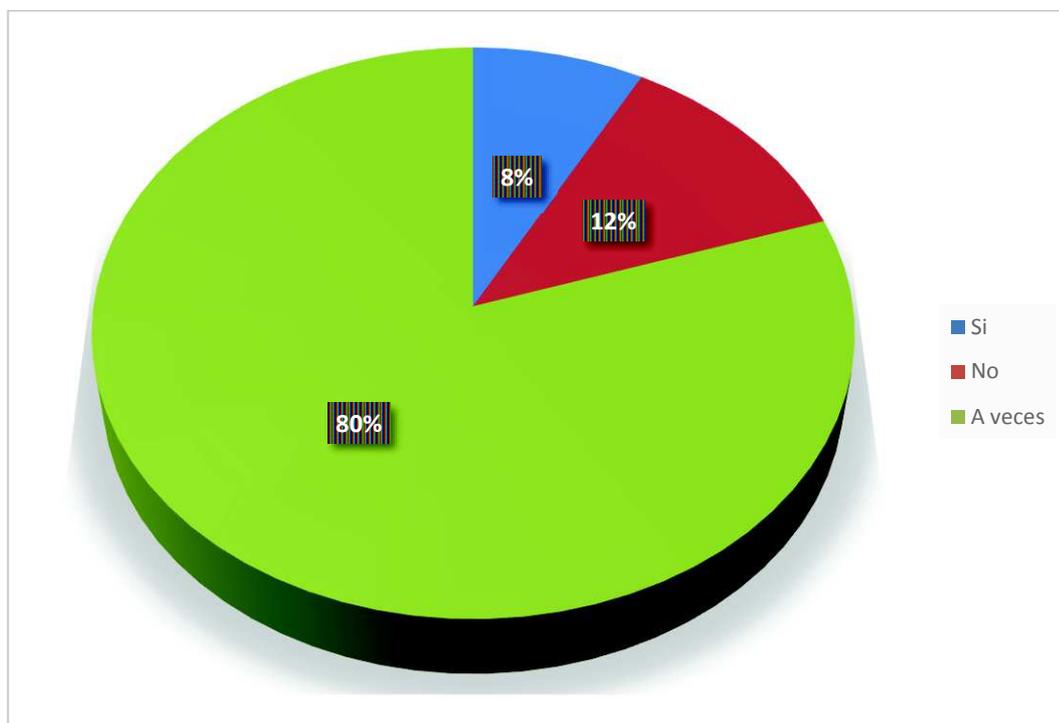
5. ¿Tiene usted acceso a información del GAD de su parroquia?

TABLA #5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	8%
No	6	12%
A veces	40	80%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #5



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En cuanto si los habitantes de la parroquia tienen acceso a información del GAD, un 80% respondió que a veces, un 12% no y solo el 8% sí. Es decir que no existe total acceso, lo cual dificulta los vínculos comunicacionales entre la institución y la ciudadanía.

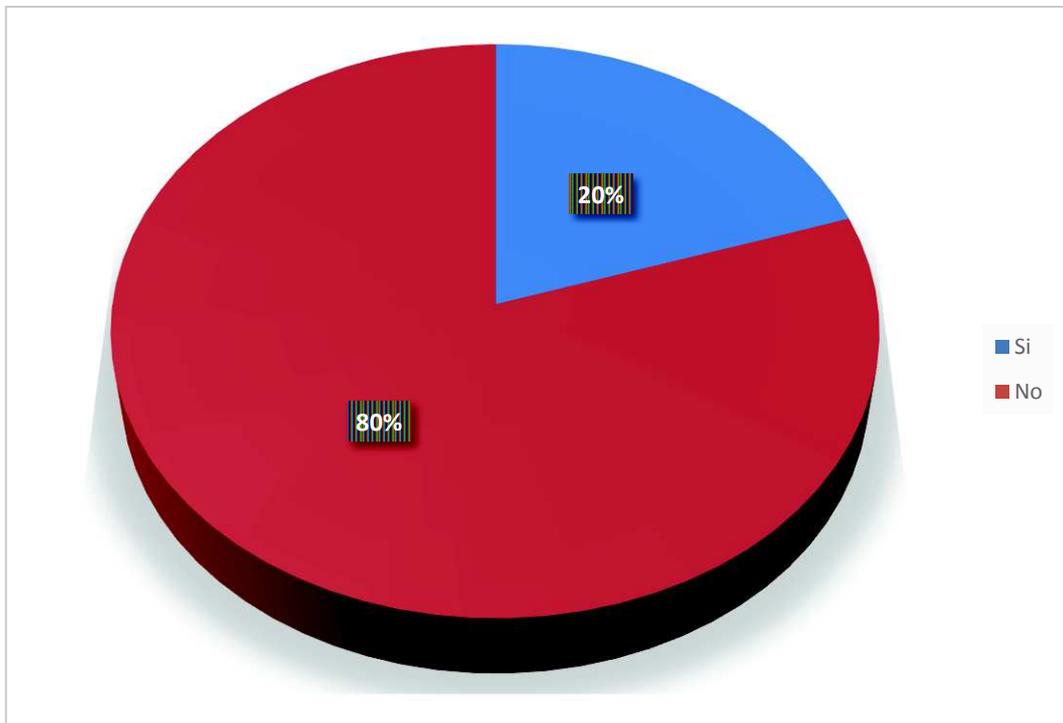
6. ¿Considera usted que se maneja correctamente la información en el GAD de su parroquia?

TABLA #6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	20%
No	40	80%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #6



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En cuanto a si se maneja correctamente la información en el GAD la ciudadanía determino en un 80% que no y solo el 20% que sí, es decir que hay inconformidad en la parroquia y los habitantes se dan cuenta de las falencias que tiene la institución.

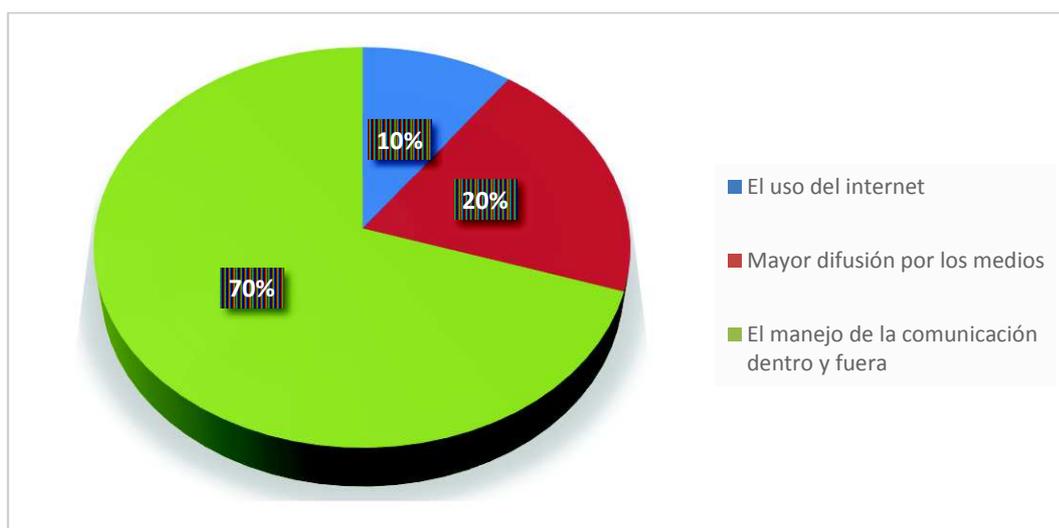
7. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en la comunicación externa del GAD?

TABLA #7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El uso del internet	5	10%
Mayor difusión por los medios	10	20%
El manejo de la comunicación dentro y fuera	35	70%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #7



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los aspectos que se mejorarían de la comunicación externa del GAD San Antonio son: 70% el manejo de la comunicación dentro y fuera, 20% mayor difusión por los medios y 10% el uso del internet. Es decir que la comunicación en el GAD no es la más adecuada y se deben corregir muchas cosas, entre ellas cómo se maneja la comunicación externa prioritariamente y por ende la gestión de la información como puntos clave.

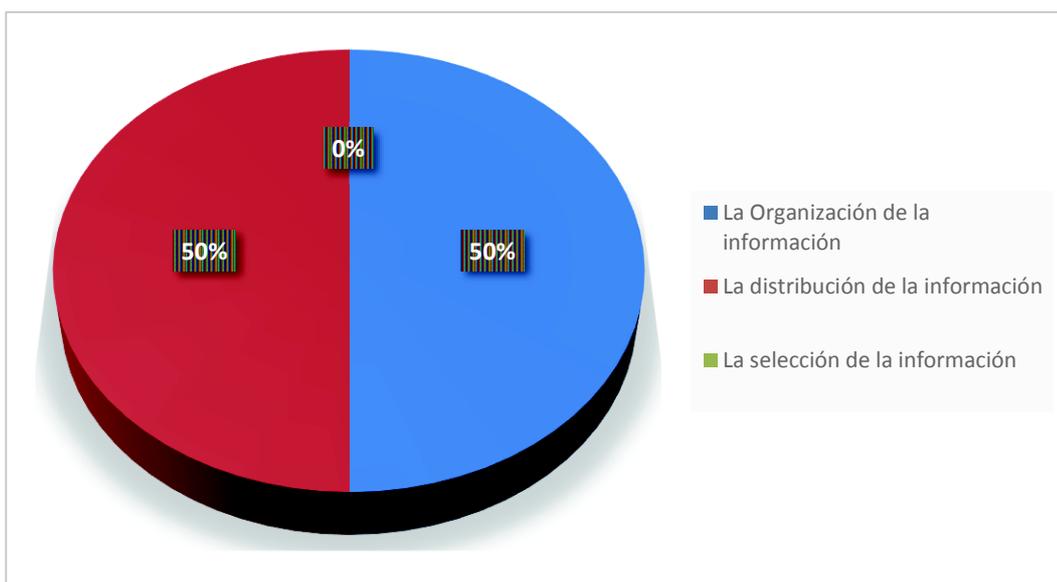
8. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en la gestión de información del GAD?

TABLA #8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Organización de la información	25	50%
La distribución de la información	25	50%
La selección de la información	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #8



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

De los aspectos que mejoraría de la gestión de información del GAD San Antonio son: en un 50% la distribución de la información y otro 50% la organización de la información, es decir que se requiere mejoras en los aspectos establecido, tanto en lo que es organización, distribución y selección de la información porque se necesitan de los tres pasos para hacerlo correctamente.

9. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD?

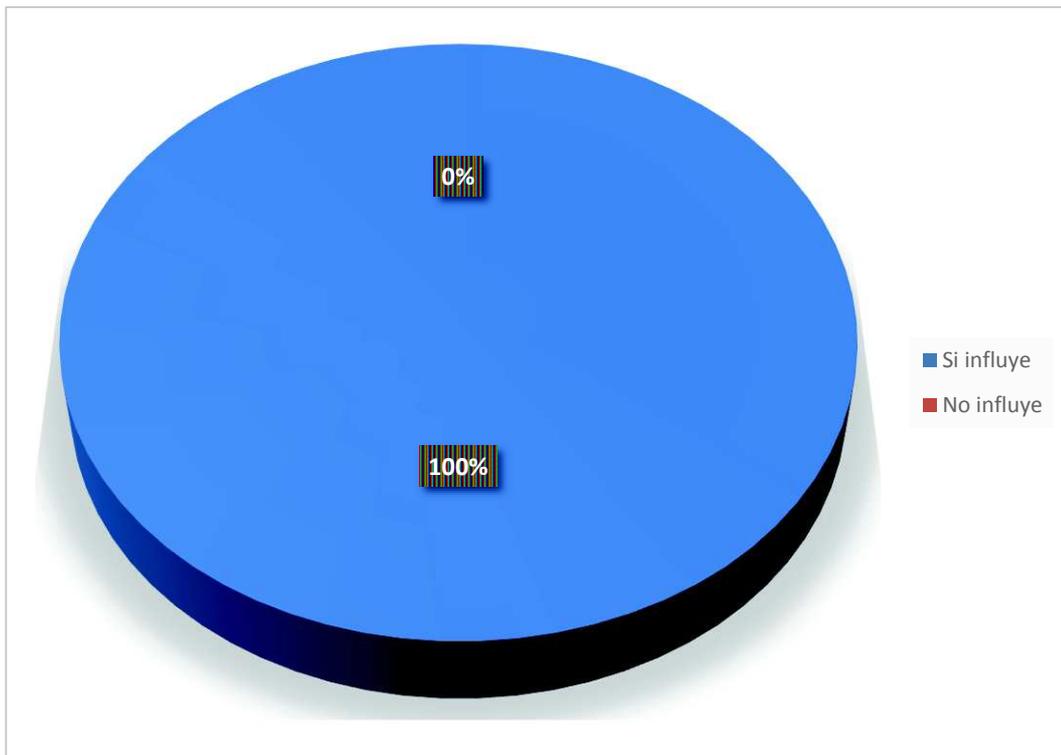
TABLA #9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si influye	50	100%
No influye	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #9



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La comunicación externa influye en la gestión de información del GAD San Antonio según los habitantes de la parroquia, si influye en un 100%. Por lo tanto la gran mayoría concuerda en que si hay una influencia en aquello y se debe tener muy en cuenta.

10. ¿Cuál de las siguientes considera necesaria para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD?

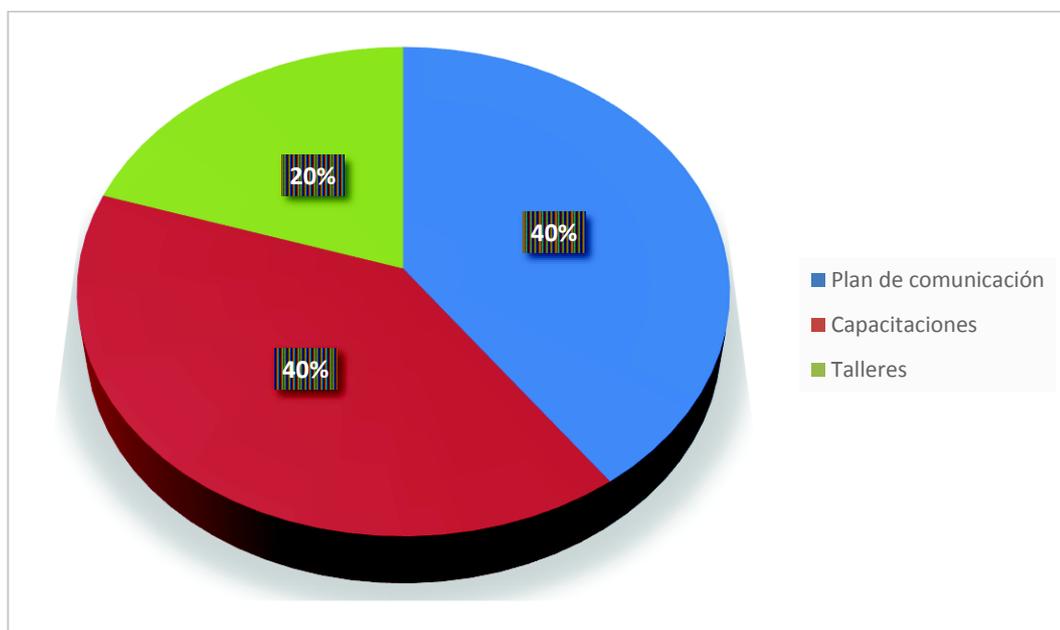
TABLA #10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plan de comunicación	20	40%
Capacitaciones	20	40%
Talleres	10	20%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD San Antonio

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #10



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Entre las acciones necesarias para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD según sus habitantes, están en un 40% capacitaciones, otro 40% un plan de comunicación y un 20% talleres. Es decir que lo más factible sería capacitar al personal del GAD en cuanto a comunicación externa y manejo adecuado de la información y su gestión.

9.4. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL GAD PARROQUIAL DE BOYACÁ

1. ¿Cómo considera la comunicación dentro del GAD de su parroquia?

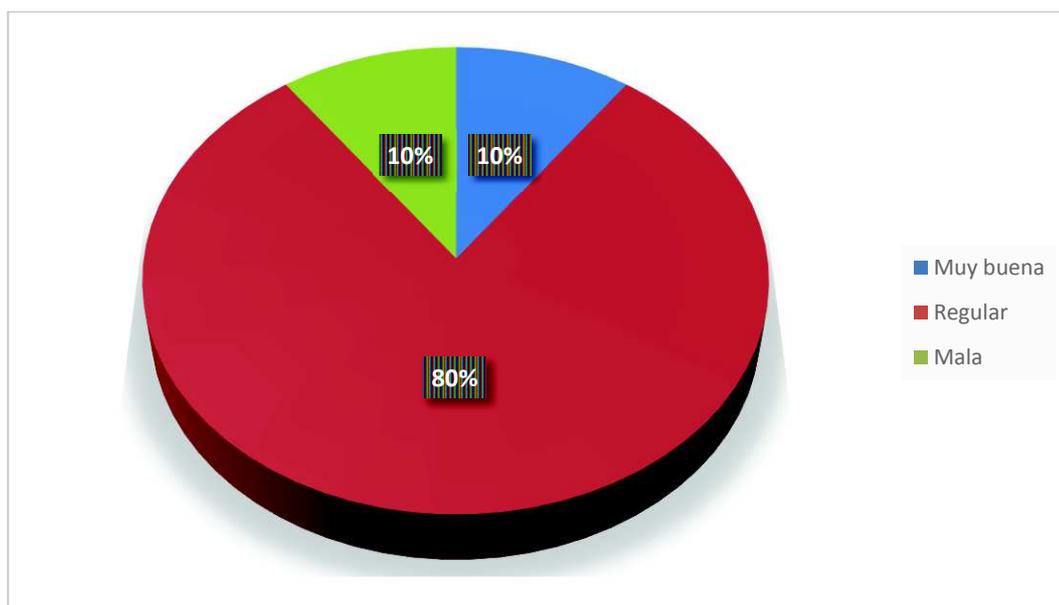
TABLA #1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	5	10%
Regular	40	80%

Mala	5	10%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #1



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La comunicación dentro del GAD de Boyacá es 80% regular, el 10% mala y el otro 10% muy buena, es decir que sus habitantes no están conformes con la comunicación que se maneja en el GAD. Es decir que la ciudadanía está inconforme con la comunicación que se maneja en la institución.

2. ¿Por qué medios ha solicitado usted información en el GAD de su parroquia?

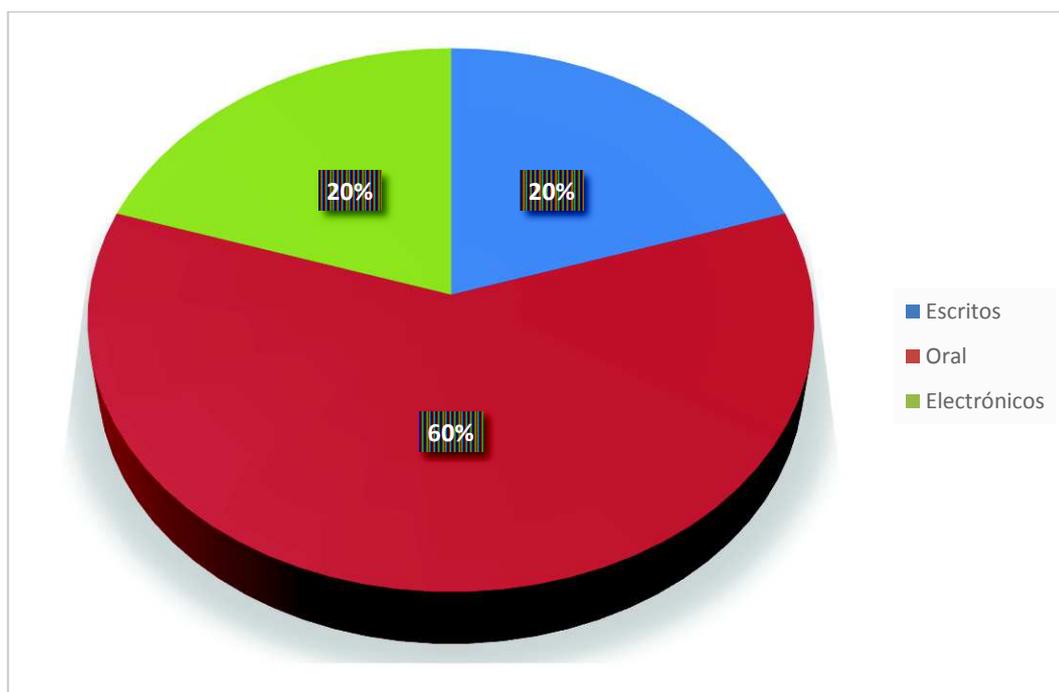
TABLA #2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Escritos	10	20%
Oral	30	60%

Electrónicos	10	20%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #2



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios por el cual el los habitantes han solicitado información al GAD de Boyacá es un 60% oral, 20% electrónico y un 20% escritos. Es decir que es su mayoría el cabildo maneja una comunicación informal, por lo que no hay un respaldo de la información recibida y brindada a la comunidad.

3. ¿A qué medio acude usted para informarse sobre las actividades del GAD de su parroquia?

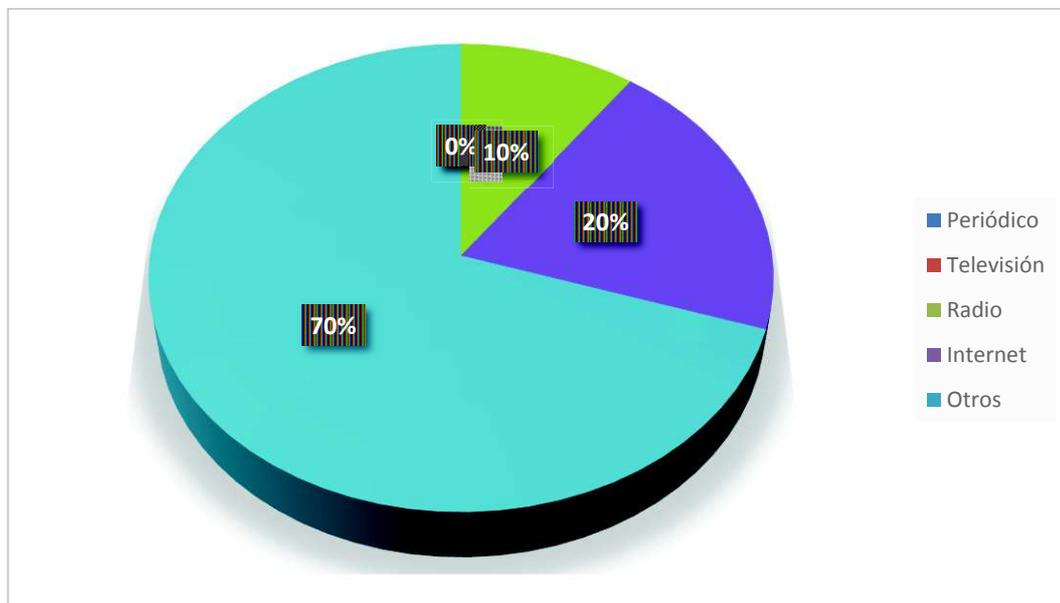
TABLA #3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
----------	------------	------------

Periódico	0	0%
Televisión	0	0%
Radio	5	10%
Internet	10	20%
Otros	35	70%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #3



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los medios a los que acuden los habitantes de la parroquia para informarse sobre actividades del GAD de Boyacá son el 20% internet, un 10% radio y el 70% otros medios, mientras que de la televisión y periódicos no hacen uso, según los habitantes de la parroquia. Por lo tanto no hay uso de medios establecido por la ciudadanía y la institución debe hacer uso de todos los medios posibles.

4. ¿Qué tipo de información es la que difunde el GAD?

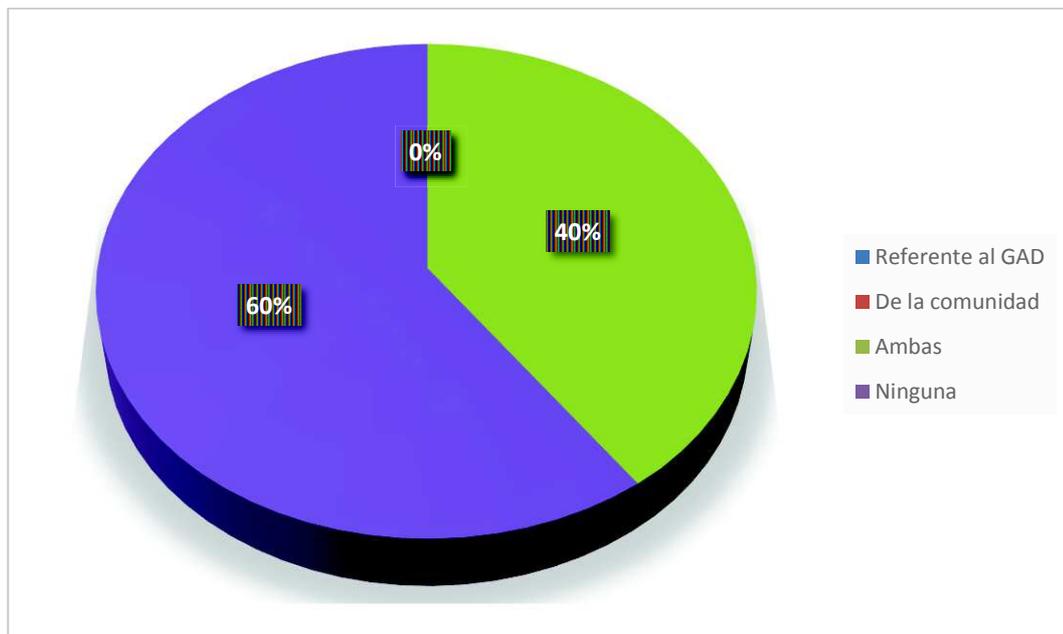
TABLA #4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Referente al GAD	0	0%
De la comunidad	0	0%
Ambas	20	40%
Ninguna	30	60%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #4



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El tipo de información que difunden en el GAD de Boyacá es 40% referente al GAD y a la comunidad y un 60% ninguna. Es decir que la ciudadanía considera que no están informando bien, por lo tanto existen malos manejos comunicacionales a nivel externo, ya que se debe planificar y organizar todo tipo de información de interés pública.

5. ¿Tiene usted acceso a información del GAD de su parroquia?

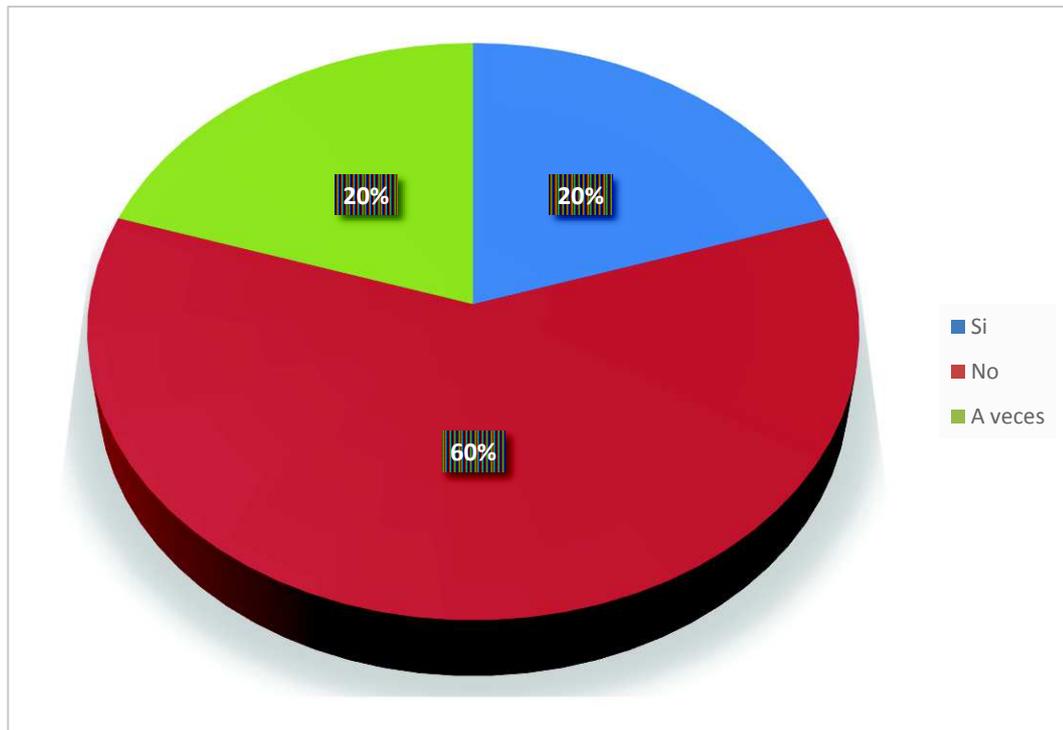
TABLA #5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	20%
No	30	60%
A veces	10	20%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #5



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En cuanto si los habitantes de la parroquia tienen acceso a información del GAD, un 20% respondió que a veces, un 60% no y solo el 20% sí. Es decir que no existe total acceso, lo cual dificulta los vínculos comunicacionales entre la institución y la ciudadanía.

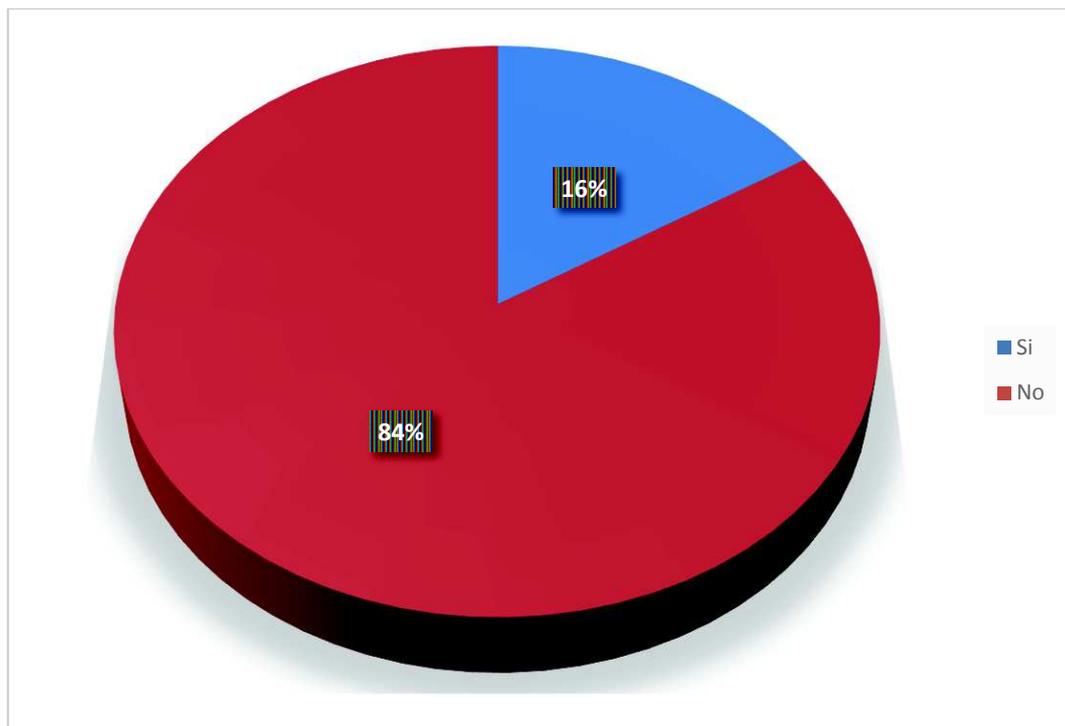
6. ¿Considera usted que se maneja correctamente la información en el GAD de su parroquia?

TABLA #6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	16%
No	42	84%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #6



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En cuanto a si se maneja correctamente la información en el GAD la ciudadanía determino en un 84% que no y solo el 16% que sí, es decir que hay inconformidad

en la parroquia y los habitantes se dan cuenta de las falencias que tiene la institución.

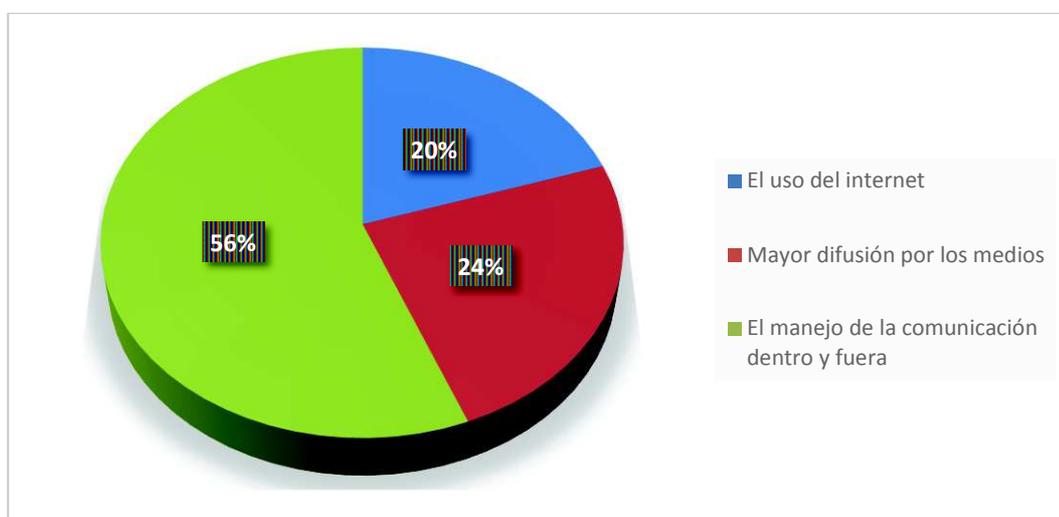
7. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en la comunicación externa del GAD?

TABLA #7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El uso del internet	10	20%
Mayor difusión por los medios	12	24%
El manejo de la comunicación dentro y fuera	28	56%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #7



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Los aspectos que se mejorarían de la comunicación externa del GAD de Boyacá son: 56% el manejo de la comunicación dentro y fuera, 24% mayor difusión por los medios y 20% el uso del internet. Es decir que la comunicación en el GAD no

es la más adecuada y se deben corregir muchas cosas, entre ellas cómo se maneja la comunicación externa prioritariamente y por ende la gestión de la información como puntos clave.

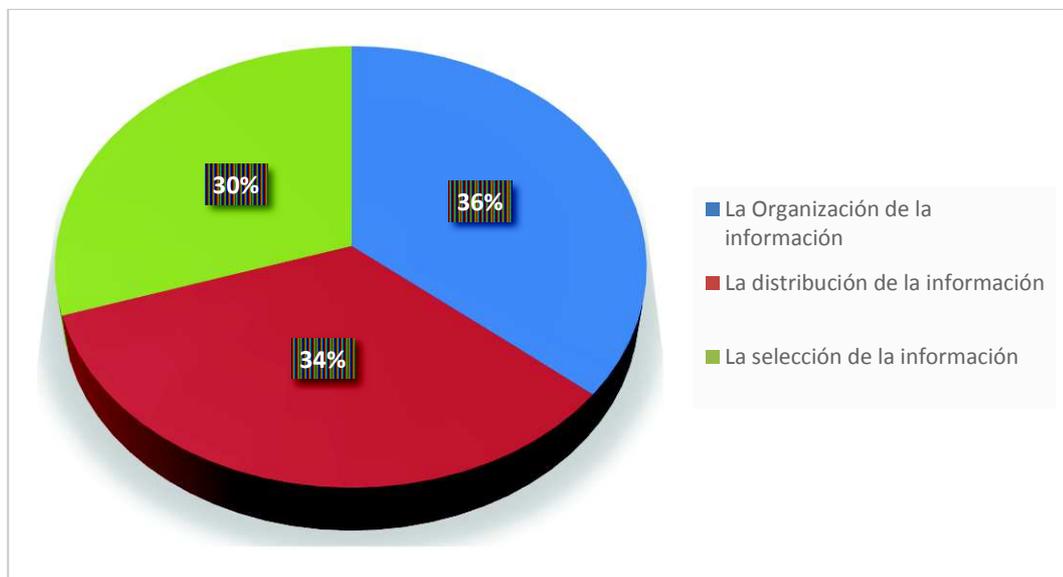
8. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en la gestión de información del GAD?

TABLA #8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Organización de la información	18	36%
La distribución de la información	17	34%
La selección de la información	15	30%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #8



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

De los aspectos que mejoraría de la gestión de información del GAD de Boyacá son: en un 34% la distribución de la información, 36% la

organización de la información y el 30% la selección de la información. Es decir que se requiere mejoras en los tres aspectos establecidos, tanto en lo que es organización, distribución y selección de la información porque se necesitan de los tres pasos para hacerlo correctamente.

9. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD?

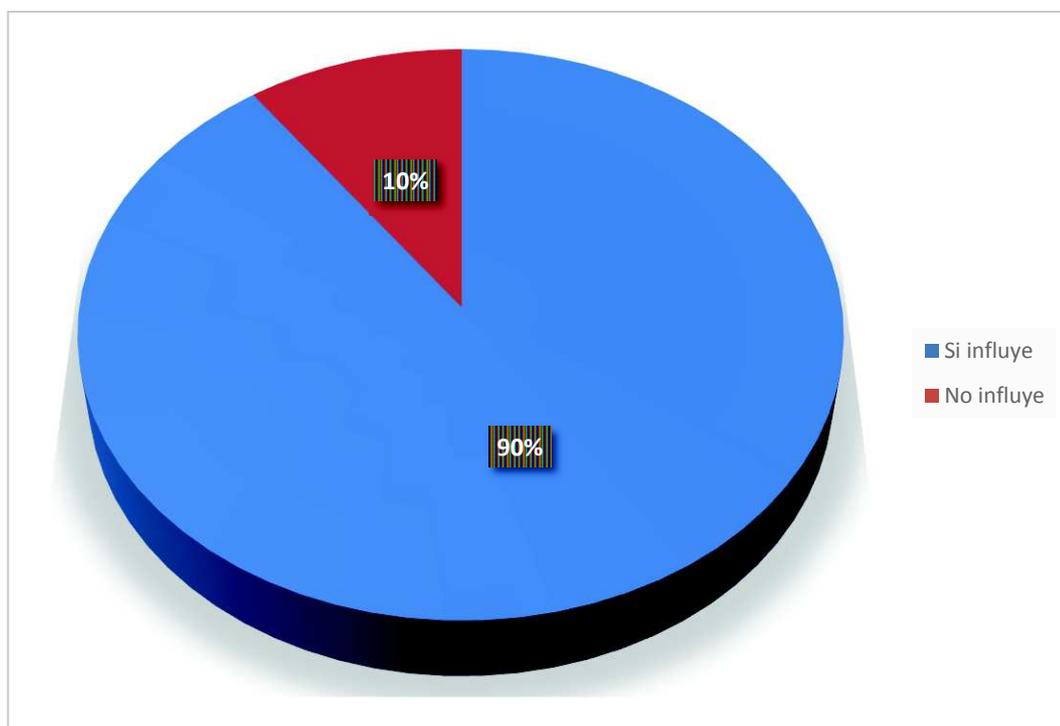
TABLA #9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si influye	45	90%
No influye	5	10%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá

Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #9



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La comunicación externa influye en la gestión de información del GAD de Boyacá según los habitantes de la parroquia, si influye en un 90% y solo el 10% considera que no influye. Por lo tanto la gran mayoría concuerda en que si hay una influencia en aquello y se debe tener muy en cuenta.

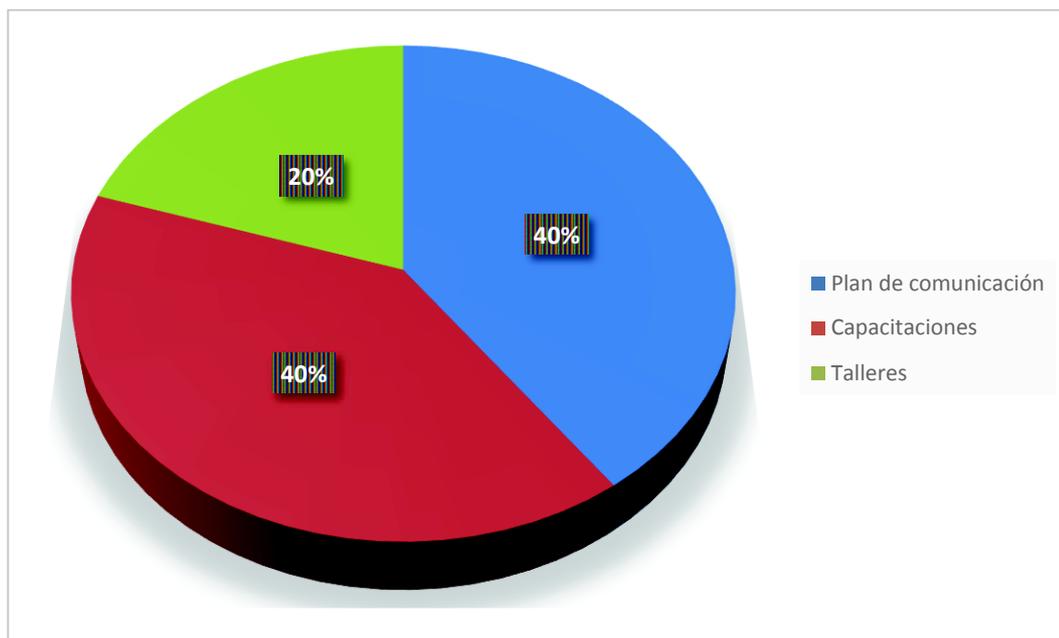
10. ¿Cuál de las siguientes considera necesaria para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD?

TABLA #10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plan de comunicación	20	40%
Capacitaciones	20	40%
Talleres	10	20%
TOTAL	50	100%

Fuente: Usuarios del GAD Boyacá
Elaborado por: Irene Torres y Raúl Domínguez

GRÁFICO #10



ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Entre las acciones necesarias para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD según sus habitantes, están en un 40% capacitaciones, otro 40% un plan de comunicación y un 20% talleres. Es decir que

lo más factible sería capacitar al personal del GAD en cuanto a comunicación externa y manejo adecuado de la información y su gestión.

9.5. ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE SAN ANTONIO LIC. GARY VARGAS (ENCARGADO)

1. ¿Qué tipos de comunicación se manejan en el GAD de su parroquia?

Reuniones ordinarias y extraordinarias con los representantes de cada una de las comunidades, a su vez las asambleas parroquiales que son convocadas con el objetivo de dar información.

2. ¿Qué medios usa para comunicarse con los demás miembros del GAD?

Oral y escrita

3. ¿Cómo manejan la comunicación externa en el GAD?

Boletín de prensa, esquelas, redes sociales y oficios.

4. ¿Qué tipo de información es la que difunden al público externo?

Mejoras, temas de salud, presupuesto, gestiones realizadas, convenios de programas y proyectos.

5. ¿Cuáles son las estrategias de gestión de información que emplean?

Mediante una asamblea que se convoca para rendir cuentas de las gestiones realizadas en el laxo de un periodo o sesión solemne.

6. ¿Cómo evalúan el nivel de credibilidad en el público externo referente a la información que difunden?

Como un nivel medio.

7. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en cuanto a comunicación externa?

Mediante murales, propuestas escritas, revistas o trípticos.

8. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en cuanto a gestión de información?

Información icnográfica y radial.

9. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD?

Si influye

10. ¿Qué estrategias de comunicación externa y gestión de información implementaría en el GAD?

Con convenios radiales

9.6. ENTREVISTA DIRIGIDA AL TENIENTE DE LA PARROQUIA DE BOYACÁ SR. WILSON GARCÍA

1. ¿Qué tipos de comunicación se manejan en el GAD de su parroquia?

Se comunica por medio del teléfono, en la parte urbana se maneja más comunicación moderna por medio del teléfono y rural por medio de las radios y mensajes de texto.

2. ¿Qué medios usa para comunicarse con los demás miembros del GAD?

Mediante reuniones internas para infundir información y llegara un acuerdo de dicho tema.

3. ¿Cómo manejan la comunicación externa en el GAD?

Se maneja mediante mensajes escritos y murales

4. ¿Qué tipo de información es la que difunden al público externo?

Informativo, festival, socialización de las actividades del pueblo.

5. ¿Cuáles son las estrategias de gestión de información que emplean?

Con reuniones generales.

6. ¿Cómo evalúan el nivel de credibilidad en el público externo referente a la información que difunden?

Es considerado regular.

7. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en cuanto a comunicación externa?

Dar información veraz y clara al público externo.

8. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en cuanto a gestión de información?

Se debe mejorar con debates públicos para llegar a un mejor consenso.

9. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD?

Si influye mucho

10. ¿Qué estrategias de comunicación externa y gestión de información implementaría en el GAD?

Reuniones colectivas con diferentes comunidades previstas con las personas.

10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

La hipótesis planteada en la investigación fue:

“La comunicación externa influye en la gestión de la información de los GADs de Boyacá y San Antonio en el año 2015”.

De acuerdo a todos los datos obtenidos en la realización de la investigación y los resultados de los instrumentos aplicados a la muestra de la investigación, los investigadores determinan que la hipótesis planteada en: “VERDADERA”.

La misma que se sustenta por las siguientes razones:

- De la encuesta realizada al personal del GAD de San Antonio el 90% considera que la comunicación externa si influye en la gestión de la información. Así como también el personal del GAD de Boyacá en un 100% asegura que si hay una influencia entre ambas variables, porque como parte de las instituciones pueden evidenciar las problemáticas existentes.
- Los usuarios del GAD de San Antonio en un 100% afirman en la encuesta aplicada que la comunicación externa si influye en la gestión de la información. De la misma manera los usuarios del GAD de Boyacá el 90% respondió que la comunicación externa si influye en la gestión de la información, porque ellos como ciudadanos son quienes reciben esta información y pueden decir si la información recibida es la esperada
- En la entrevista realizada a ambos GAD, al Lic. Gary Vergas de San Antonio y al sr. Wilson García de Boyacá, ambos coinciden en que la comunicación externa influye en la gestión de la información, porque mediante la comunicación se crean vínculos con la comunidad y se puede lograr un mejor desarrollo de la información y su gestionamiento.

CAPÍTULO V

11. CONCLUSIONES

- La comunicación externa de los GADs: San Antonio y Boyacá es considerada muy importante por parte de su personal, según los datos obtenidos y además es una comunicación informal porque en su mayoría de casos se realiza oralmente sin necesidad de un escrito.
- La comunicación externa del GAD San Antonio se la realiza con mayor frecuencia por medio de radio e internet, mientras que en Boyacá es más por medios alternativos como el teléfono y la información difundida es más concerniente al GAD en ambas instituciones.
- Ambos cabildos parroquiales consideran muy necesaria la gestión de la información en la comunicación externa y mantienen poca gestión en cuanto a fortalecimiento institucional, capacitación del personal y sobre todo muy poca en cuanto a comunicación y difusión.
- Entre los aspectos que deben mejorar en comunicación externa el GAD San Antonio y el de Boyacá se encuentra principalmente el manejo de la comunicación dentro y fuera y en lo concerniente a la gestión de la información todo lo que es organización, distribución y selección de información.
- De las encuestas realizadas se puede llegar a la conclusión que en las dos instituciones consideran que se debe implementar capacitaciones para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información.

12. RECOMENDACIONES

- Mejorar el uso de la comunicación externa para crear vínculos de comunicación efectiva que faciliten el flujo de la información tanto dentro y fuera de la institución, para lograr realizar un manejo comunicacional efectivo, que logre satisfacer las expectativas de la ciudadanía de San Antonio y Boyacá.
- Cambiar la comunicación externa, que se está aplicando de manera informal en el GAD de San Antonio y de Boyacá por una más formal con uso de oficios, comunicados escritos, correos institucionales, entre otros. De esta manera se realizará la comunicación con el debido procedimiento y respaldo de la información gestionada para evitar complicaciones.
- Potenciar las estrategias de gestión de información que se aplican en ambos GADs con más capacitaciones al personal, mejoras en la comunicación y difusión de información y el fortalecimiento institucional.
- Se deben mejorar radicalmente en ambos GADs la comunicación, el uso de medios y del internet para que sea adecuada tanto internamente como externamente, aplicando estrategias constantemente.
- Diseñar y aplicar una capacitación para mejorar la comunicación efectivamente y por ende la gestión de la información.

13. BIBLIOGRAFÍA

ADLER, R. B., ELMHORST, J. M., SACRISTÁN, P. M., & PÉREZ, J. R. G. (2005). *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*. McGraw-Hill.

ANDRADE, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo.

BARTOLI, A. (1992). *Comunicación Organización: la organización comunicante y la comunicación organizada*. Barcelona.

BONILLA GUTIÉRREZ, C. (1988). La comunicación, función básica de las relaciones públicas. *Links*.

BUENO CAMPOS, E. (1993). *Curso básico de economía de la empresa: un enfoque de organización*. Madrid: Pirámide

CARRERA TROYANO, Miguel. (1992). *Los factores tecnológicos en la explicación del comercio. Especialización comercial y competitividad*, n. 705, p. 109-121.

CASTELLS, Manuel y HALL, Peter. (1994). *Las tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI*. Madrid, Alianza Editorial.

CHAÍN NAVARRO, Celia. (1997). *Gestión de Información en las Organizaciones*. Murcia: DM.

CHIAVENATO, I. (2004). *Comportamiento organizacional*. International Thomson.

CORNELLA, Alfons. (2000). *La empresa descubre el valor de la información* (Cap.4). En: Infonomía.com. La empresa es información. Bilbao: Deusto.

DE FLEUR, M. L., DENNIS, E. E., THEVENET, H. A., & BALL-ROKEACH, S. J. (1982). *Teorías de la comunicación de masas*.

DRUCKER, Peter. (1993). *La sociedad post-capitalista*. Barcelona: Apóstrofe.

EMERY, James C. (1990). *Sistemas de Información para la Dirección. El Recurso Estratégico Crítico*. Madrid: Díaz de Santos.

ESCORSA, Pere y MASPONS, Ramón. (2001). *De la Vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva*. Madrid: Financial Times-Prentice Hall.

FERNÁNDEZ COLLADO, C. (1991). *La comunicación en las organizaciones. Trillas. México*.

GIL PECHUAN, Ignacio. (1997). *Sistemas y Tecnologías de la Información para la gestión*. Madrid: McGraw Hill.

IVANCEVICH, John M.; LORENZI, Peter; SKINNER, Steven J. y CROSBY, Philip B. (1997). *Gestión, calidad y competitividad*. Madrid: McGrawHill.

IZQUIERDO, R. J. S., & Vicedo, J. C. (2009). La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*

KOONT, Harold y WEHRICH, Heinz. (1998). *Administración. Una perspectiva global*. México: McGrawHill,.

LAVINE, J. y WACKMAN, D. (1992). *Gestión de empresas informativas*. Madrid: Rialp.

MALLO, C. (2000). *Contabilidad de costos y estratégica de gestión*.

MARÍN, A. L. (1997). *La Comunicación en las empresas y en las organizaciones*. Barcelona: Colección Bosch Comunicación

MEDINA, H. S. (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista Latina de comunicación social*, (60), 8.

OSSA, C. M. V., JIMÉNEZ, D. F. L., & GIRALDO, J. C. G. (2006). La naturaleza de la comunicación: un aporte a su discusión conceptual. *Palabra Clave*, 9(1).

PALOP, Fernando y VICENTE, José Miguel. (1999). *Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva*. Su potencial para la empresa española. Madrid: Cotec.

PERDIGUERO, T. G., & RECHE, A. G. (Eds.). (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial* (Vol. 52). Universitat de València.

RAMOS SIMÓN, L.F. (1995). *Dirección, administración y marketing de empresas e institucionales*. Madrid: Síntesis.

REICH, Robert. (1993). *El trabajo de las naciones. Hacia el capitalismo del siglo XXI*. Madrid: Vergara.

ROBBINS, S. P. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson educación.

ROBERTS, B. Edward. (1996). *Gestión de la Innovación Tecnológica*. Madrid: Fundación COTEC para la innovación tecnológica.

RODRÍGUEZ MANCILLA, D. (2005). *Diagnóstico organizacional* (Vol. 10). Alfaomega. Ediciones Universidad Católica de Chile.

SANZ, E. y RUBIO, L. (1993). *Necesidades de información en las empresas: Estudio de un caso*. Revista Española de documentación científica, 1993, vol. 16.

TERESA, M., BLANCO, P., PINTADO BLANCO, T., & SÁNCHEZ HERRERA, J. (2013). *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. ESIC Editorial.

VILLAFañE, J. (2002). *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas*.

VILLAFañE, J. (2005). *La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica*. Pirámide.

ZARATIEGUI, J. R. (1999). *La gestión por procesos: su papel e importancia en la empresa*. *Economía industrial*

13.1. Webgrafía

1. <https://dircomsocialmedia.wordpress.com/2010/10/08/gestion-de-crisis-el-caso-de-domino%E2%80%99s-pizza/>
2. <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/21/nota/4895581/julio-cesar-quinonez-ocupara-gobernacion-guayas-tras-salida>
3. <http://gadboyaca.gob.ec/manabi/?p=127>
4. <http://sanantoniodelpeludo.gob.ec/manabi/?p=124>

ANEXO N°1

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE LOS GAD PARROQUIALES DE SAN ANTONIO Y BOYACÁ

OBJETIVO: Indagar la comunicación externa en la gestión de información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio en el año 2015.

INVESTIGADORES:

INDICACIONES: lea detenidamente las preguntas y responda con sinceridad marcando solo una como la respuesta correcta.

11. ¿Qué tan importante es la comunicación externa en el GAD? OE1

- Muy importante
- Poco importante
- Nada importante

12. ¿Por qué medios el GAD les hace comunicados? OE1

- Escritos
- Oral
- Electrónicos

13. ¿Qué medios usa el GAD para difundir información al público externo? OE2

- Periódico
- Televisión
- Radio
- Internet
- Otros

14. ¿Qué tipo de información es la que difunde el GAD? OE2

- Referente al GAD
- De la comunidad
- Ambas
- Ninguna

15. ¿Cuál es la principal estrategia de gestión de información del GAD?

OE3

- Fortalecimiento institucional
- Comunicación y difusión
- Desarrollo de capacidades del personal

16. ¿Considera usted necesario la gestión de la información del GAD con el público externo? OE3

- Muy necesario
- Poco necesario
- Nada necesario

17. ¿Qué aspectos mejoraría usted en la comunicación externa del GAD?

OE4

- El uso del internet
- Mayor difusión por los medios
- El manejo de la comunicación dentro y fuera

18. ¿Qué aspectos mejoraría usted en la gestión de información del GAD?

OE4

- La Organización de la información
- La distribución de la información
- La selección de la información

19. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD? OE5

- Si influye
- No influye

20. ¿Cuál de las siguientes acciones implementaría para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD? OE5

- Plan de comunicación
- Capacitaciones
- Talleres

ANEXO N°2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LOS GAD PARROQUIALES DE SAN ANTONIO Y BOYACÁ

OBJETIVO: Indagar la comunicación externa en la gestión de información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio en el año 2015..

INVESTIGADORES:

INDICACIONES: lea detenidamente las preguntas y responda con sinceridad marcando solo una como la respuesta correcta.

11. ¿Cómo considera la comunicación dentro del GAD de su parroquia?

OE1

Muy buena

Regular

Mala

12. ¿Por qué medios ha solicitado usted información en el GAD de su parroquia? OE1

Escritos

Oral

Electrónicos

13. ¿A qué medio acude usted para informarse sobre las actividades del GAD de su parroquia? OE2

Periódico

Televisión

Radio

Internet

Otros

14. ¿Qué tipo de información es la que difunde el GAD? OE2

Referente al GAD

De la comunidad

- Ambas
- Ninguna

15. ¿Tiene usted acceso a información del GAD de su parroquia? OE3

- Si
- No
- A veces

16. ¿Considera usted que se maneja correctamente la información en el GAD de su parroquia? OE3

- Si
- No

17. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en la comunicación externa del GAD? OE4

- El uso del internet
- Mayor difusión por los medios
- El manejo de la comunicación dentro y fuera

18. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en la gestión de información del GAD? OE4

- La Organización de la información
- La distribución de la información
- La selección de la información

19. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD? OE5

- Si influye
- No influye

20. ¿Cuál de las siguientes considera necesaria para mejorar la comunicación externa y la gestión de la información en el GAD? OE5

- Plan de comunicación
- Capacitaciones
- Talleres

ANEXO N°3

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRESIDENTES DE LOS GAD PARROQUIALES DE SAN ANTONIO Y BOYACÁ

OBJETIVO: Indagar la comunicación externa en la gestión de información de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Boyacá y San Antonio en el año 2015.

INVESTIGADORES:

ENTREVISTADO:

11. ¿Qué tipos de comunicación se manejan en el GAD de su parroquia?OE1
12. ¿Qué medios usa para comunicarse con los demás miembros del GAD?OE1
13. ¿Cómo manejan la comunicación externa en el GAD?OE2
14. ¿Qué tipo de información es la que difunden al público externo?OE2
15. ¿Cuáles son las estrategias de gestión de información que emplean?OE3
16. ¿Cómo evalúan el nivel de credibilidad en el público externo referente a la información que difunden?OE3
17. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en cuanto a comunicación externa?OE4
18. ¿Qué aspectos considera que deben mejorar en cuanto a gestión de información?OE4
19. ¿Considera usted que la comunicación externa influye en la gestión de la información del GAD?OE5
20. ¿Qué estrategias de comunicación externa y gestión de información implementaría en el GAD?OE5

ANEXO N°4

PROPUESTA

1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

CAPACITACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN EFECTIVA PARA EL GAD SAN ANTONIO Y EL GAD BOYACÁ

2. INTRODUCCIÓN

La comunicación en las organizaciones es de vital importancia ya que si el mensaje o la información que se quiere transmitir no es entendible, este puede causar una serie de malinterpretaciones que pueden llevar a la empresa al fracaso.

Para que esto no sea posible es necesario que ambas partes tanto el emisor como el receptor eviten los malos entendidos, deberán poner mayor atención al momento en que se transmite el mensaje y a su vez tener al 100% el sentido del oído, es decir escuchar bien cuando el jefe u otra persona esté dando una información, en todo caso de no ser así es primordial que la contraparte pida una retroalimentación de lo que se intenta comunicar.

Hay que hacer énfasis en la frase “la comunicación efectiva” porque es una base fundamental que debe tomar el líder de la empresa para motivar a los empleados para que realicen sus actividades de forma efectiva y eficaz, pero sin lugar a dudas el líder de cierto modo debe dejar que sus subordinados den sus puntos de vista para que la comunicación que se genere sea efectiva y a su vez juntos puedan resolver los problemas que se formen dentro de la organización.

3. JUSTIFICACIÓN

La actividad humana se desarrolla a través de la comunicación, al relacionarnos con los individuos o grupos que nos rodean. En la medida en que las organizaciones y las relaciones entre ellas se han hecho complejas, los medios de comunicación han evolucionado para adecuarse al nivel de avance y dificultad de estas relaciones.

"La comunicación propicia la coordinación de actividades entre los individuos que participan en las mismas, y posibilita el alcance de metas fijas." (Bonilla Gutiérrez, 1988.)

En la actividad laboral, de acuerdo con las investigaciones, el 80% de los empleados que fallan lo hace porque no sabe relacionarse con sus compañeros. Gracias a la comunicación, los individuos que integran la organización logran entender su papel dentro de ella, y así ofrecen mejores resultados respecto a su actividad.

Está comprobado que nueve de cada diez problemas entre las personas son el resultado de una mala comunicación. Son tan fuertes los poderes de la comunicación que pueden dar como resultado la larga o corta existencia de una empresa. Es tal su influencia que además de ayudar a lograr los objetivos planteados al inicio de un proyecto, también se puede lograr que se formen lazos con otras organizaciones, socios, clientes, proveedores, etc., para acrecentar la productividad de la organización.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Brindar herramientas que fortalezcan los aspectos que hacen a la comunicación de una empresa.

4.2. Objetivos Específicos

- Fortalecer la **comunicación institucional externa**
- **Analizar la planificación estratégica y comunicaciones internas en la empresa**
- **Estudiar las comunicaciones interpersonales y construcción de equipos de trabajo**

5. RESULTADOS ESPERADOS

La finalidad de la capacitación es mantener a todas las personas preparadas para el desempeño de sus cargos actuales o futuros, ya sea transmitiéndoles información y conocimientos, habilidades o actitudes.

Sin la capacitación, las personas no están preparadas para la ejecución de sus tareas en la empresa y pierden:

- Eficiencia
- Productividad

Al finalizar la capacitación el grupo de empleados deben actuar y presentar actitudes motivadas voluntarias, que conlleven de forma eficiente y efectiva la comunicación interna y externa, al logro de la productividad de la empresa y cumplan con las expectativas y la confianza para los cuales fueron contratados.

6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

PRIMER ENCUENTRO: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EXTERNA

Enfoque de comunicación institucional integral. El proceso de comunicación institucional y el mensaje corporativo. Diferencias entre Información y comunicación. Noción de feedback. La comunicación externa: funciones, soportes. El análisis de entorno: niveles y variables. Los públicos de la organización: variables de análisis y segmentación. Mapeo de públicos. Análisis de Imagen percibida. Estrategias de posicionamiento. Relación con públicos estratégicos de la organización. Plan de comunicación corporativa y Plan estratégico de imagen.

SEGUNDO ENCUENTRO: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y COMUNICACIONES INTERNAS EN LA EMPRESA

Dirección y planificación estratégica. Misión, Visión, Valores. Personalidad, Identidad e Imagen Corporativa. Identidad deseada, identidad real. Elementos grafo-visuales de identidad. Cultura corporativa. Imagen intencional, imagen percibida. Comunicaciones internas. Vectores de circulación de la información. Soportes y espacios de comunicación interna. Manual de identidad corporativa.

TERCER ENCUENTRO: COMUNICACIONES INTERPERSONALES Y CONSTRUCCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

Características de una comunicación interpersonal desarrollada. Organigrama y Sociograma. Formación de equipos de trabajo. Los vectores grupales. El proyecto compartido. Evaluación grupal. Liderazgo. Identificación y resolución de conflictos. Estrategias de negociación en ámbitos grupales y organizacionales. Procesos de capacitación y coaching.

7. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE CAPCITACIÓN		
TEMAS	DÍA	HORARIO
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EXTERNA	1	8:00 – 13:00
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y COMUNICACIONES INTERNAS EN LA EMPRESA	2	8:00 – 13:00
COMUNICACIONES INTERPERSONALES Y CONSTRUCCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO	3	8:00 – 13:00

8. PRESUPUESTO

Insumo	Vu	Can	Total
Capacitador por 3 días	\$60,00	3	\$180,00
Local por 3 días	\$40,00	3	\$120,00
Materiales	\$2,00	100	\$200,00
		Sub total	\$500,00
		Imprevistos 10%	50,00
		Total	550,00

ANEXO N°5



