



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU
DETERMINACIÓN EN LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES DEL
GAD PARROQUIAL DE ANCONCITO. 2013 - 2014

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:
WALTER ENRIQUE SUÁREZ ALFONZO

ASESORA:
MSC. AMÉRICA MEZA BAJAÑA

OCTUBRE - 2014

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mi Dios, quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis padres Martha y Cirilo por su apoyo, consejos, comprensión, amor, apoyo en los momentos difíciles, y por su ayuda con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona: mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y el coraje para conseguir mis objetivos.

Walter

Agradecimiento

La presente tesis es un esfuerzo en la cual, directa o indirectamente participaron varias personas que aportaron de diferentes formas: leyendo, opinando, corrigiendo, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis, en los momentos de felicidad y sobre todo teniendo paciencia.

Agradezco a la Msc. América Meza Bajaña, por haber confiado en mi persona, por la paciencia y por la dirección de este trabajo; por sus comentarios en todo el proceso de elaboración de la tesis y sus atinadas correcciones.

A mis padres y a mi familia, que me acompañaron en esta aventura que significó mi carrera universitaria y que, de forma incondicional, entendieron mis ausencias y mis malos momentos.

Gracias a todos.

Walter

Tribunal de grado.

Lcdo. Guillermo Santamaría, Msc.
Decano de la Facultad de Ciencias Sociales
Sociales y de la Salud

Lcdo. Milton González Santos, Mgs.
Director de la Escuela de Ciencias Sociales

Lcdo. Antonio Vergara López, Msc.
Profesor de Área

Lcda. América Meza Bajaña, Msc.
Tutora

Ab. Joe Espinoza Ayala
Secretario General

Certificación del tutor del trabajo de titulación.

Certificación del gramatólogo.

Índice

Portada	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Hoja del tribunal de grado	IV
Certificado del tutor	V
Certificado del gramatólogo	VI
Lista de anexos	X
Índice de cuadros y gráficos	XI
Resumen	XIII
Introducción	XV
Tema	1
Antecedentes	2
Problema	5
Justificación del tema	6
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Hipótesis	10
Variable dependiente	10
Variable independiente	10
Matriz de operacionalización de variables	11
El problema	13
Conflicto que se debe señalar	14
Causas del problema - consecuencias	14
Delimitación del problema	15
Planteamiento del problema o formulación	15
Justificación del problema	16

1.	Capítulo I	18
1.1.	Marco teórico	18
1.1.1.	Comunicación	18
1.1.2.	Organización	19
1.1.3.	La comunicación organizacional	21
1.2.	Marco referencial	22
1.3.	Fundamentación científica	24
1.3.1.	Clasificación de la comunicación en la organización	24
1.3.1.1.	Comunicación verbal	25
1.3.1.2.	Comunicación no verbal	27
1.3.1.3.	Comunicación interna	28
1.3.1.4.	Comunicación externa	30
1.3.2.	Clases de públicos en una organización	32
1.3.2.1.	Público interno	34
1.3.2.2.	Público externo	36
1.3.3.	Caracterización de las empresas	37
1.3.3.1.	Empresas públicas	37
1.3.3.2.	Empresas privadas	39
1.3.4.	Tipos de planificación en una organización	41
1.3.4.1.	Planificación estratégica	42
1.3.4.2.	Planificación operativa	43
1.3.4.3.	Planificación operativa anual	44
1.4.	Fundamentación conceptual	46
1.5.	Fundamentación legal	49
2.	Capítulo II	55
2.1.	Metodología	55
2.2.	Diseño de la investigación	56
2.3.	Tipos de investigación	57
2.4.	Población y muestra	58
2.4.1.	Población	58
2.4.2.	Muestra	59
2.5.	Tablas y gráficos	61
2.6.	Instrumentos de la investigación	78
2.7.	Procedimientos de la investigación	79

3.	Capítulo III	80
3.1.	Análisis e interpretación de resultados	80
3.2.	Presentación	80
3.3.	Tabulación de los datos	80
3.4.	Análisis e interpretación de resultados	81
3.5.	Conclusiones y recomendaciones	92
4.	Capítulo IV	94
4.1.	La propuesta	94
4.2.	Título	94
4.3.	Introducción	94
4.4.	Justificación	95
4.5.	Diagnóstico	96
4.6.	Fundamentación teórica de la propuesta	97
4.6.1.	Filosófica	97
4.6.2.	Pedagógica	98
4.6.3.	Psicológica	99
4.6.4.	Sociológica	99
4.6.5.	Educativa	100
4.6.6.	Legal	101
4.7.	Objetivos de la propuesta	102
4.7.1.	Objetivo general	102
4.7.2.	Objetivos específicos	102
4.8.	Factibilidad de la propuesta	103
4.8.1.	Financiera	103
4.8.2.	Legal	104
4.8.3.	Técnica	106
4.8.4.	De recursos humanos	106
4.9.	Descripción de la propuesta	107
4.9.1.	Aspectos de la propuesta	108
4.10.	Impacto	110
5.	Conclusión	112
6.	Recomendaciones	114
7.	Bibliografía	116

Anexos.

1. Encuestas
2. Organigrama del GAD Parroquial de Anconcito
3. Plano de la Parroquia Anconcito
4. Validación de la encuesta
5. Validación de la propuesta

Índice de cuadros y gráficos.

Tablas y gráficos

1	Matriz de operacionalización de variables	11-12
2	Gráfico1. Sexo	61
3	Gráfico2. Edad	62
4	Gráfico 3. ¿Conoce usted qué es la comunicación organizacional?	63
5	Gráfico 4: ¿Considera usted que la comunicación organizacional es importante dentro y fuera de las organizaciones?	64
6	Gráfico 5: ¿Las relaciones que existen entre una organización y sus públicos son importantes?	65
7	Gráfico 6: ¿Cree usted que las relaciones que existen entre una organización y el público interno y externo son importantes?	66
8	Gráfico 7: ¿Conoce de qué manera influye la comunicación en una organización con sus habitantes?	67
9	Gráfico 8: ¿La comunicación interna y externa debe de existir en todas las Juntas Parroquiales?	68
10	Gráfico 9: ¿La planificación estratégica es fundamental en un departamento organizacional?	69
11	Gráfico10: ¿Piensa usted que la buena imagen de una organización es gracias a la difusión de sus actividades?	70
12	Gráfico 11: ¿Es importante que la difusión de actividades de una organización sea reflejada en una comunidad a través de los medios de comunicación?	71
13	Gráfico 12: ¿Es importante que las empresas públicas y privadas mantengan una buena relación con sus públicos?	72
14	Gráfico 13: ¿Considera importante la existencia de un departamento comunicacional en toda Institución?	73
15	Gráfico 14: ¿Cómo califica usted a la comunicación que existe entre la Junta Parroquial de Anconcito con la comunidad?	74
16	Gráfico 15 : ¿Conoce usted las actividades que realiza la Junta Parroquial de Anconcito?	75

17	Gráfico 16: ¿Cree usted que la Junta Parroquial de Anconcito mantiene una buena relación de comunicación con su comunidad?	76
18	Gráfico 17: ¿Qué sugeriría usted a la Junta Parroquia para que fortalezca la comunicación con su comunidad?	77
19	Gráfico 18: ¿Conoce usted qué es la comunicación organizacional?	82
20	Gráfico 19: ¿Considera usted que la comunicación organizacional es importante dentro y fuera de las organizaciones?	83
21	Gráfico 20: ¿Las relaciones que existen entre una organización y sus públicos son importantes?	84
22	Gráfico 21: ¿Conoce de qué manera influye la comunicación en una organización con sus habitantes?	85
23	Gráfico 22: ¿Piensa usted que la buena imagen de una organización es gracias a la difusión de sus actividades?	86
24	Gráfico 23: ¿Es importante que la difusión de actividades de una organización sea reflejada en una comunidad a través de los medios de comunicación?	87
25	Gráfico 24: ¿Considera importante la existencia de un departamento comunicacional en toda institución?	88
26	Gráfico 25: ¿Conoce usted las actividades que realiza la Junta Parroquial de Anconcito?	89
27	Gráfico 26: ¿Cree usted que la Junta Parroquial de Anconcito mantiene una buena relación de comunicación con su comunidad?	90
28	Gráfico 27: ¿Qué sugeriría usted a la Junta Parroquial para que fortalezca la comunicación con la comunidad?	91
29	Gráfico 28: Valores para invertir en la propuesta.	103
30	Gráfico 29: Recursos humanos para la propuesta	107
31	Gráfico 30: Boceto del boletín informativo	111

Resumen

El propósito de este trabajo de investigación es dar a conocer la importancia que tiene la comunicación organizacional entre una Institución y la sociedad.

El motivo que lleva a ejecutar este trabajo se centraliza en la falta de comunicación que hay entre en una organización con la comunidad, y conociendo que existe una población que crece a diario, y que los habitantes que conviven en esta sociedad no se encuentran informados de las actividades que realiza dicha organización en beneficio de todos.

El proceso de esta labor investigativa consta de la respectiva consulta teórica con base a los autores de las variables que tienen que ver con esta propuesta.

El método que se utiliza en esta labor es el deductivo, puesto que, este trabajo parte de una premisa general para después tener las conclusiones de un caso, y de cierta forma lograr los objetivos establecidos de este proceso, donde lo fundamental es obtener los resultados esperados.

A través de la comunicación organizacional con la difusión de actividades que emprenda en su alrededor, los habitantes de la comunidad conocerán todas las actividades que se realizan en beneficio de este sector, gracias a los diferentes productos comunicacionales.

Con esta tarea de investigación, se demuestra la importancia que tiene la comunicación organizacional con la difusión de sus actividades para sus públicos en las respectivas organizaciones que existen.

Entre los beneficiarios está como ente principal, el GAD Parroquial de Anconcito, las Asociaciones, Gremios de Pescadores, Clubes, Instituciones Educativas, Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos, Tenencia Política, Registro Civil, Centro de Salud y la Comunidad en general.

Introducción

La comunicación organizacional ha sido estudiada en diferentes campos, donde son múltiples los aportes en sus disciplinas o áreas de conocimiento, dando pasos importantes en el desarrollo de las organizaciones; debido a este progreso las personas que forman parte de ellas pueden realizar varios modelos sobre el comportamiento que ha sido utilizado como guía entre la organización y trabajador para obtener sus metas.

Al ser la comunicación organizacional un factor fundamental en todas las estructuras y, en especial, de los gobiernos locales con la comunidad, ha causado que los habitantes de la parroquia Anconcito, no conozcan las actividades que se están realizando en el sector por parte del GAD Parroquial de Anconcito.

El propósito general de este tema, es que los habitantes de la parroquia Anconcito conozcan los trabajos que el gobierno local está ejecutando a través de los productos comunicativos, para que, de esta forma, sean difundidos en toda la localidad. Trabajo que es de suma importancia para el GAD Parroquial de Anconcito y la población en general, debido a que se puede tener una comunicación eficaz con sus habitantes.

Para esta acción de investigación, se cuenta con los criterios de: Sergio Flores de Gortari, Lee Thayer, Jerald Greenberg, Carlos Ramos Padilla, Stephen Robbins entre otros, que tratan sobre la importancia que tiene la comunicación organizacional y la difusión de actividades de las instituciones para la comunidad.

Esta tarea de investigación cuenta con cuatro capítulos: el primero trata al marco teórico con base a las variables, el segundo detalla cuál es la metodología tratada en todo el proceso investigativo, el tercero relata los resultados obtenidos con respecto a las encuestas dirigidas a los habitantes de este sector y el cuarto y último capítulo da a conocer cuál es la propuesta que se da a este tema de investigación.

TEMA

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU DETERMINACIÓN EN LA
DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES DEL GAD PARROQUIAL DE ANCONCITO.

2013 – 2014

Antecedentes

La difusión de actividades que realiza una organización se basa en el manejo de la comunicación organizacional, siendo este un factor primordial que crea en las Instituciones la aceptación de la comunidad; también tiene el compromiso de mantenerse en este estatus para conservar la fidelidad de quienes observan su trabajo. Según, Brown de Company Publishers define que la comunicación organizacional implica a personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades. (Publishers, 1972)

Una organización debe conocer la importancia sobre las actividades que se realizan en su comunidad y, de esta manera, obtener calidad en la comunicación organizacional; tanto en lo internacional, nacional y local. El valor que desempeña en su entorno debe ser muy relevante para que los habitantes estén satisfechos con base al trabajo que realizan.

En lo internacional, muchas organizaciones se preocupan que la comunidad esté bien informada al difundir todas las actividades que realizan; y, con base a dicho esfuerzo, varias de ellas han sido reconocidas y galardonadas.

En lo nacional, la comunicación organizacional, desde 1980 se viene aplicando en pocas instituciones tanto estatales como privadas y que dichas labores, son identificadas por la comunidad mediante las respectivas difusiones, a través de los medios de comunicación. La escasa importancia que se le da a la comunicación organizacional a nivel local, en las diferentes instituciones de la provincia de

Santa Elena, hacen que la comunidad desconozca las actividades realizadas por parte de sus autoridades.

La difusión de actividades que realizan los Gobiernos Autónomos Descentralizados tanto Cantonales como Parroquiales, tienen su espacio en el desarrollo de la sociedad e influyen en el plano económico, social y político de nuestro país. Debido a la labor de comunicación organizacional que realizan los habitantes de las comunidades, han notado la importancia de su efectividad en el trabajo y de esta manera perciben un cambio en su entorno.

El GAD Parroquial de Anconcito se ha desenvuelto, como tal, desde que se lo designó en el año 2000, ya que antes se llamaba Junta Parroquial de Anconcito y por ende se consagraba como autoridad autónoma; dicho cambio fue realizado por la Asamblea Constituyente del año 1998.

Con el aumento de la población que a diario se da en esta comunidad y la demanda de actividades que deben realizar para cubrir sus diversas necesidades, esta institución tiene la obligación de mantener comunicados a los habitantes sobre las funciones que realiza, mediante los materiales informativos que debe ejecutar el departamento comunicacional.

Para Rosalinda Gómez, autora del libro “Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas”, considera que la comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega papel primordial en el mantenimiento de la institución.

Además, el uso inadecuado de productos comunicacionales que, en la actualidad, emite el GAD Parroquial de Anconcito, hace que los habitantes de esta comunidad no se mantengan informados sobre las actividades que realizan en beneficio de la localidad y, por consiguiente, afecta su propia imagen ante la sociedad. Otro factor importante es la falta de medios de comunicación en la localidad, permitiendo que los habitantes no estén informados sobre las tareas que realiza el GAD Parroquial de Anconcito y debido a esto, se genera un mal concepto de la ciudadanía hacia esta institución.

Por otro lado, el desinterés de la comunicación en los ciudadanos, de estar enterados sobre las actividades que realiza el GAD Parroquial de Anconcito, agrava la situación.

La comunicación es la actividad más importante para los seres humanos; mediante este proceso el individuo entra en contacto con la sociedad, en general, y conoce desde su entorno hasta lo más distante, obteniendo así el conocimiento del mundo en el que vive para tomar decisiones trascendentales en su vida. (Paz, 2012)

El verdadero informe que debe dar a conocer una institución para ganarse la aceptación de su público, se lo ejecuta con tácticas, estrategias y diversos trabajos comunicacionales para así lograr los objetivos deseados manteniendo comunicado al público y de esta manera mejorar y conservar su estatus.

Problema

La comunicación organizacional y su determinación en la difusión de actividades del GAD Parroquial de Anconcito 2013 – 2014.

La falta de comunicación es lo que ha ocasionado una desinformación en la comunidad y para este problema existe una solución; la misma que consiste en realizar productos comunicativos para que de esta manera se pueda dar a conocer a los habitantes de esta comunidad, todas las actividades que el gobierno local esté realizando.

Y para esto, se contará con la creación de un boletín informativo impreso denominado “INFÓRMATE ANCONCITO”, donde se publicarán las noticias más relevantes que durante cada mes realizará el GAD Parroquial de Anconcito y cuyo propósito será mantener una buena relación de comunicación con los habitantes de esta parroquia sobre los trabajos que se ejecutarán en beneficio de todos.

Justificación del tema

Esta labor cumple con la línea de investigación de la Carrera de Comunicación Social, específicamente, en el área de comunicación organizacional, debido a que es un elemento de vital importancia para las empresas y organizaciones de cualquier índole, y se preocupa por hacer que ellas puedan mantener una relación con su público deseado.

Esta labor investigativa sirve para que los habitantes de la parroquia Anconcito, se mantengan informados a través de las actividades realizadas por el departamento comunicacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito, mediante los diferentes productos comunicacionales que ésta emita y de esta manera lograr una comunicación efectiva.

Todo esto, se desarrollará a través de las investigaciones y de acuerdo a las encuestas, entrevistas, sondeos, ficha de observación y verificación de conceptos en libros, información en la web, además, será socializado con las personas involucradas en este tema que es la comunidad, en general, y con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito.

Mediante la difusión de actividades, por medio de productos comunicacionales que el departamento comunicacional del GAD Parroquial de Anconcito emitirá, se resolverá la falta de comunicación que existe con la ciudadanía y de esta manera se los mantendrá informados sobre los diferentes trabajos y acciones emprendidas por esta organización.

Los beneficiados directos que están inmersos en la difusión de actividades del departamento comunicacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito, son los sectores barriales, las instituciones educativas, culturales, sociales, deportivas, religiosas, así como el GAD Parroquial y la comunidad en general.

La investigación que se realizará es necesaria porque debido a ello se obtendrá toda la información para tener un resultado favorable y de esta manera estamos contribuyendo con la comunidad, para que se mantenga informada con los diferentes productos comunicacionales que emitirá el departamento comunicacional con base a las actividades emprendidas por el Gobierno Parroquial de Anconcito.

Esta responsabilidad es pertinente para toda la comunidad ya que, según el Art. 61 del Capítulo quinto: Derechos de participación de la Constitución Nacional, recalca en que deben mantenerse informados sobre lo que sucede en su localidad y esto se lo ejecuta a través de los productos comunicacionales que son la base fundamental que realizará el departamento comunicacional del GAD de Anconcito.

Es factible este trabajo, porque es una necesidad de la población y con base a todo este proceso que se va a realizar, se cumple con la colectividad en mantenerla informada sobre las actividades que se realizan por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito.

Esta tarea investigativa tiene novedad científica porque según los artículos de autores como Ariel Jiménez Gil, Marlenny Peña y Teresa Bruno, dan fe a sus

sabidurías comprobadas y de esta forma ayudan a concretar el estudio de investigación que se está realizando con este tema.

Objetivo general

Diseñar la creación de la comunicación organizacional a través de un análisis de incidencia sobre la responsabilidad que tiene el GAD Parroquial de Anconcito para la difusión de contenidos comunicacionales a la comunidad.

Objetivos específicos:

- 1.** Indagar mediante entrevistas y encuestas la responsabilidad del GAD Parroquial de Anconcito para conocer la difusión de actividades de contenidos comunicacionales en la comunidad.
- 2.** Fundamentar a través de contenidos teóricos y científicos cómo efectuar una comunicación organizacional para la difusión de información en la Parroquia Anconcito.
- 3.** Proponer una efectiva comunicación organizacional en el GAD Parroquial de Anconcito para que la comunidad se mantenga informada sobre hechos relevantes.

Hipótesis

Si la comunicación organizacional del GAD Parroquial de Anconcito es efectiva mediante los productos comunicacionales, entonces esto incidirá en la difusión de actividades que se realizan en la comunidad.

Variable independiente

Comunicación Organizacional

Variable dependiente

Difusión de actividades

Matriz de operacionalización de variables

Hipótesis	Variable Independiente	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si la comunicación organizacional del GAD Parroquial de Anconcito es efectiva mediante los productos comunicacionales, entonces esto incidirá en la difusión de actividades que realiza en la comunidad.	Comunicación Organizacional	Se encarga de la actividad de la <u>comunicación</u> en los <u>públicos</u> de una <u>empresa</u> de cualquier índole y de manera conjunta mediante la <u>planificación</u> y ejecución de estrategias comunicativas	Clasificación de la comunicación Variedades de públicos Caracterización de las empresas. Tipos de planificación	Verbal no verbal Interno externo Públicas privadas Estratégica Operativa	¿La comunicación verbal es importante dentro de un departamento comunicacional? ¿Es necesaria dentro de un departamento o comunicacional la relación del público interno? ¿Considera relevante la existencia de un departamento o comunicacional en una empresa pública? ¿La planificación Estratégica es fundamental en el departamento comunicacional?	Encuesta Entrevista Sondeo

Matriz de operacionalización de variables

Hipótesis	Variable dependiente	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si la comunicación organizacional del GAD Parroquial de Anconcito es efectiva mediante los productos comunicacionales, entonces, esto incidirá en la difusión de actividades que se realizan en la comunidad.	Difusión de actividades	Dar a conocer lo que una <u>organización</u> de cualquier índole realiza en beneficio de su <u>imagen</u> o de alguna <u>comunidad</u> , mediante sus <u>publicaciones informativas</u> .	Tipos de organización Clases de imagen Tipos de comunidad Clasificación de publicaciones	Con fines de lucro. Sin fines de lucro. Formales. Informales. Depositada, Deseada, Difundida. General Global Su naturaleza (lo que es). Su objeto de estudio.	¿Es necesario que una organización formal deba de ejercer la difusión de actividades? ¿Considera significativa una imagen deseada mediante la difusión de actividades? ¿La difusión de actividades es importante que sea reflejarla en una comunidad general? ¿Las publicaciones según, su objeto de estudio o son fundamentales para la difusión de actividades?	Encuesta Entrevista Sondeo

El problema

Planteamiento del problema

Ubicación del problema en su contexto

Anconcito un puerto pesquero con 11822 habitantes, según, el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010; la población se dedica a la pesca artesanal en un 75%.

En Anconcito existe una desinformación por parte de sus habitantes, debido a que no se enteran de las actividades que realiza en su entorno el GAD Parroquial. Esto es a causa de que esta entidad no cuenta con estrategias comunicativas.

La comunicación organizacional es importante que se dé en todas las organizaciones; esto lo afirma el teórico Gerald Goldhaber (1975), quien considera a la comunicación organizacional como el progresivo rol de la comunicación dentro de las instituciones y cuyo resultado es la buena coordinación. Siendo esto un papel fundamental para que exista una relación entre una organización con sus públicos, gracias a la difusión de actividades que se deben de emitir por las mismas y también, a las estrategias comunicativas que debe tener cada institución para llegar a sus público objetivo y de esta forma se podrá fortalecer una comunicación más efectiva entre ambas.

Conflicto que se debe señalar

El problema que se da en esta comunidad nace con la falta de estrategias comunicativas que necesita implementar el GAD Parroquial de Anconcito con sus habitantes, lo cual ha ocasionado la desinformación en las personas de esta comunidad, sobre los trabajos que se realizan.

Para ello, se han consultado las teorías de varios autores sobre comunicación organizacional y su difusión de actividades, cuyo propósito es dar constancia de la importancia de este tema en todas las organizaciones y en este caso, se sugiere la creación de un boletín informativo impreso, para difundir cada mes las actividades más importantes que realiza el gobierno local.

Causas del problema, consecuencias

Una de las causas que se observaron en este problema es el uso indebido de la información que emite el gobierno local de esta comunidad, lo cual genera la desinformación en los habitantes. Otra causa es la inexistencia de la comunicación organizacional en esta estructura, lo que ocasiona el desconocimiento de las actividades que se realizan en esta localidad. Algo más que se puede considerar es el desconocimiento de los derechos comunicacionales de la comunidad, ocasionado por el analfabetismo. Por último, la escasez de los medios de comunicación, en esta localidad, ha generado en los habitantes la poca importancia del acontecer diario en su entorno.

Por otro lado, otra de las consecuencias que afectaría esta situación es no dar el seguimiento con la ejecución de la propuesta, que consiste en mantener comunicados a la comunidad de Anconcito, mediante el boletín informativo impreso.

Delimitación del problema

Esta tarea de investigación denominada la comunicación organizacional y su determinación en la difusión de actividades del GAD Parroquial de Anconcito 2013 – 2014 se la realizó en esta comunidad perteneciente al cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

Planteamiento del problema o formulación

¿Cómo incide la inexistencia de estrategias comunicativas en la difusión de actividades que se realizan en la localidad de Anconcito por el GAD Parroquial de Anconcito?

Justificación del problema

El desarrollo de esta labor se cumplió con la línea de investigación de la Carrera de Comunicación Social, en el área de comunicación organizacional debido a su importancia para estructuras públicas y privadas, donde se preocupa en mejorar una comunicación efectiva con sus públicos. El objetivo principal de esta labor de investigación tiene como propósito fortalecer la comunicación entre la comunidad y el gobierno local.

Esta faena de investigación sirve para que los habitantes de la parroquia Anconcito, se informen sobre las actividades realizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito, mediante el boletín informativo impreso que será emitido cada mes y de esta forma se logrará una comunicación efectiva entre los involucrados.

Esto se lo desarrolló a través de investigaciones, encuestas, verificación de conceptos en libros, información en la web; además, fue socializado con las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito y su comunidad.

Por medio del boletín informativo impreso denominado “INFÓRMATE ANCONCITO” y subtulado con el nombre del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito, se mejorará la comunicación que existe con la ciudadanía, manteniéndoles informados sobre los diferentes trabajos y acciones emprendidas por esta organización.

Los beneficiados directos son los sectores barriales, las instituciones educativas, culturales, sociales, deportivas, religiosas, así mismo el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito y la comunidad, en general. Entre los beneficiados indirectos están: la Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos, Centro de Salud, Tenencia Política, Supervisión de Justicia y Vigilancia, Registro Civil y Base Naval como se ha mencionado anteriormente.

Los resultados obtenidos en esta investigación harán que exista un cambio situacional en los habitantes de esta parroquia que serán únicos testigos de lo que se informe a través del boletín informativo impreso sobre las actividades que ejecuta el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito.

Este trabajo investigativo es factible debido a la necesidad de información que existe en esta población y con base a todo este proceso que se ha realizado, cumpliendo así, en mantener informada a una colectividad sobre los trabajos que se realizan en su entorno a través de la difusión de actividades, mediante el boletín informativo impreso.

Tiene novedad científica porque como se expuso anteriormente, las definiciones de varios autores como Lee Thayer, Jerald Gutenberg, Stephen Robbins, Gerald Goldhaber y Sergio Flores de Gortari, relacionan a la comunicación organizacional y difusión de actividades, dando crédito a sus estudios realizados y de esta forma ayudan a concretar el trabajo de investigación, siendo de suma importancia ejecutar todo lo emprendido, con base a la comunicación entre una organización y su comunidad.

1. CAPÍTULO I

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. Comunicación

Sergio Flores de Gortari (1978), especialista en comunicación y autor del libro “Hacia una comunicación administrativa integral”; da a conocer que “comunicar” procede del latín “comunicare”, que es una acción y efecto de hacer de una u otra persona a ser protagonistas de lo que se va a manifestar sobre varios asuntos. Es por esto, que a la comunicación se la atañe entre personas, cuyo propósito es compartir toda clase de ideas, que como resultado llega a una acción que se encuentra en cualquier lugar y por ende se manifiesta en cada momento.

Para Lee Thayer (1975), la comunicación es un hecho trascendente humanitario, donde existen procesos comunicativos de todo sistema viviente; con esto, se puede decir, que la comunicación ha sido parte fundamental en el ser humano para que de diversas formas esté en una sociedad llena de múltiples acciones. Con base a este criterio la comunicación no sólo es importante en el desarrollo del ser humano, también es fundamental que exista en toda Institución debido al papel que desempeña para cubrir las necesidades que se requieren en su progreso.

Por su parte, Jerald Gutenberg (1996), define a la comunicación como un proceso que se da entre las personas que están en el acto, cuyo objetivo es intercambiar información, que de alguna forma quede entre ellos un extracto de todo lo que se ha socializado. Por tal razón, es impredecible, sustentar que a través de la

comunicación, las personas pueden dar a conocer su mensaje a grandes masas con el solo hecho de hablar.

La comunicación, no sólo se basa en un intercambio de palabras en un círculo sobre lo que ya está establecido en diferentes áreas, sino que tiene cierta relación con ellas para que se logren sus objetivos en todo acto comunicativo.

Con la aclaración de las diversas definiciones de comunicación por los autores citados se puede decir que comunicar no sólo corresponde a dar algún criterio de cualquier índole, sino que es todo un proceso comunicativo donde se reflejan las diferentes formas y métodos de hacer llegar o dar un mensaje a los demás.

1.1.2. Organización

Stephen Robbins (1998), en su libro “Comportamiento Organizacional”, nos dice que la organización es el elemento social que se ejecuta entre dos o más personas y gracias a esto, logra sus metas establecidas. De acuerdo a esta dirección, se fundaron dos clases de instituciones: las públicas y las privadas donde cada persona depende de las relaciones que requieran con ellas y de cierta manera tendrán que vincularse.

En cualquier organización, existen relaciones que se producen con base a normas establecidas por las mismas, donde el número de personas que forma parte de ellas, no determina si es o no una organización con la cantidad que ésta requiera y

que su único propósito es el cumplir con su rol y metas que éstas tengan implantadas.

Thayer (1975), define que la organización está compuesta por un número de personas cuya consecuencia es armonizar de una forma lógica o adecuada. Debido a este criterio se puede decir que cierta cantidad o grupo de personas que se reúne para lograr sus objetivos no lo hacen de cualquier manera debido a que todo tiene un proceso para obtener lo deseado.

Una de las funciones de una organización es el de instituir, conservar y explotar o cambiar las relaciones entre ella con su público y todo esto, se da gracias a la comunicación que existe con las demás partes que la conforman. Tal es el caso que se da en la parroquia Anconcito, donde existen instituciones que se relacionan con la comunidad pero no de manera continua y que no mantienen metas formadas.

Es así que Gerald Goldhaber (1975), indica que “La organización es un sistema vivo y abierto conectado por el flujo de información entre las personas que ocupan distintas posiciones y representan distintos roles”. Por tal razón, una organización que ha sido, realmente, establecida para lograr sus objetivos, necesita conocer cuáles son las ventajas y desventajas que existen en ellas y para esto, está el criterio del personal que la conforma que de acuerdo a sus ideas hacen que se cumplan todas las metas emprendidas.

1.1.3. La comunicación organizacional

Desde la perspectiva de diferentes autores, la comunicación organizacional es de forma preferencial en el área funcionaria, a pesar de los arranques y progresos logrados en los últimos cuarenta años, su centro de estudio es considerado propio de las relaciones públicas tanto como del desarrollo organizacional, de la psicología social, de la sociología e incluso de la administración.

Lee Thayer (1975), define a la comunicación organizacional como el creciente de datos que aprovecha los métodos de comunicación e intercomunicación de una organización.

También, la comunicación organizacional ha tenido un proceso fundamental en la sociedad, con una aportación rigurosa a sus representantes privados y públicos, gracias al trabajo arduo que realiza la institución basada en una planificación, donde ejecutan lo necesario para poder obtener sus propósitos y mantener una relación mutua con sus públicos.

El teórico Gerald Goldhaber (1975), considera a la comunicación organizacional como el progresivo rol de la comunicación dentro de las instituciones y cuyo resultado es la buena coordinación. La importancia de la comunicación organizacional en una institución es primordial debido al trabajo que se necesita de cada uno de sus integrantes y que forma parte de él, y de esta forma se puede lograr una comunicación efectiva con sus públicos metas.

Con respecto al criterio de los autores citados sobre la comunicación organizacional, se considera que es fundamental en las Instituciones, pero, en la

comunidad de Anconcito el gobierno local de esta parroquia no mantiene una comunicación organizacional efectiva con la población, debido a la falta de productos comunicativos que se deben de implementar para que sean difundidos en la población.

1.2. Marco referencial o contextual

Anconcito, es una parroquia rural del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, conocida por ser uno de los puertos pesqueros más importantes del país. Según, el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010 cuenta con 11.822 habitantes, en su mayoría dedicada a la faena de pesca.

Esta comunidad se encuentra formada por los siguientes barrios: Nuevo Amanecer, Tiwintza, Carmen Buchelli, Luis Célleri, Gonzalo Chávez, San Vicente, 20 de Marzo, 2 de Febrero, Las Peñas, Jaime Roldós, El Dorado, Brisas del Mar, Riveras del Mar, Las Lomas, Luis Cadena, Paraíso, Manabí, 9 de Octubre, Bellavista y 5 de Junio.

Anconcito, conocida antes como Junta Parroquial y que fue denominada a través del Registro Oficial N° 449 del 20 de octubre del 2008 como Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito (GADPA), y está conformada por: 1 Presidente, 1 vicepresidente, 1 secretario y 3 vocales con sus respectivos suplentes.

El GAD Parroquial de Anconcito, empezó a funcionar en la Casa Comunal ubicada en el barrio Bellavista. En el 2012, se establecieron en su nueva sede

ubicada en la vía principal de la parroquia, en el barrio Gonzalo Chávez hasta la actualidad.

Por falta de medios de comunicación, esta parroquia no informa a los ciudadanos sobre las actividades que ejecuta el GAD Parroquial de Anconcito. Por tal razón, es prioritario que la Institución cuente con una estrategia comunicacional para poder llegar a sus respectivos públicos con la debida y oportuna información.

Esta parroquia posee un medio de comunicación artesanal denominada “La Voz de los techos”, que consiste en dar a conocer a la ciudadanía las actividades y noticias a través de altos parlantes colocados en lugares estratégicos para llegar a una mayor audiencia, responsabilidad que está a cargo de su director el Lcdo. Gregorio Suárez Santos. Sin embargo, estas bocinas no llegan a todos con el mensaje, debido a la tasa de crecimiento poblacional que existe en la zona.

Anconcito, cuenta con un muelle artesanal que construyó el Estado para los pescadores de esta humilde población, el cual es de suma importancia para su desarrollo turístico. También cuenta con bellos acantilados en todo su entorno geográfico y una hermosa playa denominada Las Conchas que permite a los turistas vivir en las orillas del mar.

En esta comunidad existe un Centro gerontológico denominado “Puerto Anconcito”, que permite a los adultos mayores de esta parroquia poder distraerse con varias actividades que son emprendidas por el voluntariado del mismo y que está a la disposición de ellos de lunes a viernes desde las 2 hasta las 6 de la tarde.

Este terruño comparte sus tradiciones como: las festividades del pescador, donde las personas acostumbran ir a alta mar en sus embarcaciones, además, realizan

festividades del Patrono de esta población con imágenes religiosas. También, se celebra el Día de los Difuntos el uno y dos de noviembre con la tradición de preparar alimentos que eran los preferidos de sus familiares fallecidos, y a esto, se complementa las festividades de celebración de la parroquia cada 18 de diciembre con el respectivo desfile cívico, juegos recreativos y un baile de gala en honor a la reina electa días antes.

1.3. Fundamentación científica

1.3.1. Clasificación de la comunicación en una organización

La comunicación tiene su inicio desde que surgió la vida en el planeta y de esta manera se ha desarrollado junto al progreso de la humanidad; por ende ha venido dejando huellas importantes. Además, la comunicación es un factor que de forma general trata los hechos que acontecen en determinados lugares, donde los seres humanos tienen como único fin intercambiar información y hacer conocer su cultura.

De alguna manera, todo ser vivo desea comunicarse; pero el ser humano es el único en hacerlo, racionalmente, realizando múltiples actividades y en ellas están las más sobresalientes que son: conversar, ver y leer; por esta razón, se dice que la comunicación del ser humano es un proceso. El valor que se da a la comunicación, ocasiona una necesidad en las organizaciones con sus respectivos involucrados, debido a que no tienen una correspondencia permanente con su

comunidad. La falta de información entre ambas, da como resultado que una Institución y su público se encuentren aislados y de este modo, no se logra una comunicación segura con su comunidad.

La comunicación organizacional ha sido estudiada y expuesta desde varios puntos conceptuales, donde unas veces son muy apegadas a ellas, otras con crítica que llega a las disertaciones propias, donde se debe olvidar que la conducta no es una debilidad, sino una forma diferente de explicar lo que acontece en un entorno .Lo primordial es que una entidad no debe permanecer separada de la comunicación tanto verbal y no verbal, debido a las diferentes actividades que se debe de ejercer con su entorno y de esto, dependerán las buenas relaciones con sus públicos y, por consiguiente, se observaran los resultados, gracias al trabajo en conjunto que ambos realizan. Por tanto, los gobiernos locales deben de mantener una comunicación efectiva con la comunidad, en general.

1.3.1.1. Comunicación verbal

La comunicación adopta diversas formas, pero entre las más relevantes está la verbal que se la puede ejecutar de dos maneras: una de ellas es la oral que, sin duda alguna, se la da mediante los signos y palabras, y la otra forma de cómo se puede plasmar es a través de los diferentes símbolos gráficos.

Cuando se habla de comunicación verbal, se está refiriendo a la clase del lenguaje humano, que se da gracias a la realización y pronunciación de signos verbales que requiere el emisor ya que es de cabida fonológica, sintáctica, semántica y textual.

También, a la comunicación verbal se la asocia de las siguientes formas: informativa, afectiva y reguladora; que cumplen con su función haciendo que de alguna manera las personas puedan tener una comunicación más efectiva en lo que deseen transmitir en una sociedad.

El lenguaje es el instrumento de comunicación por excelencia nunca debemos olvidar que no se puede separar de la comunicación no verbal porque ésta nos permitirá complementar el significado de lo que se dice, controlar la sincronización, nos ayudará a obtener feed-back y señalará los momentos de atención, que por sí sólo con el lenguaje verbal no nos permitiría disfrutar de un proceso de comunicación eficaz. (Bisdwhistell, 2013)

A esta comunicación se la puede tratar de algunas formas, entre éstas se considera a los gritos, llantos, risas y silbidos que se pueden expresar en varios contextos anímicos, que de una u otra manera son más acertadas en una comunicación y puede ser efectiva. Conjuntamente, existe una manera desarrollada de comunicarse y es el lenguaje articulado que, prácticamente, son los sonidos que después se convierten en palabras y oraciones.

Por otra parte, la comunicación escrita posee una variedad de ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, siglas y logotipos, que desde tiempos remotos han tenido una respectiva interpretación, y de esta manera, se pueden entender, correctamente, los diversos mensajes que se emiten entre el emisor y receptor.

Debido a esto, la comunicación verbal y sus diversas maneras debe ser bien manipulada para que se llegue a su propósito.

1.3.1.2. Comunicación no verbal

Un gran número de seres humanos empieza, a revelar que, verdaderamente, el mayor impacto dentro de la comunicación se debe al lenguaje no verbal. Con el hecho de visualizar una imagen de cualquier forma o fondo en nuestro medio, captamos lo que ésta desea dar a conocer, gracias a nuestra capacidad de intelecto, esto hace que un individuo no necesite la forma de estar hablando para poder dar a conocer lo que está sucediendo.

Es habitual, que los seres humanos no presten atención a lo que está ocurriendo a su alrededor, debido a las múltiples actividades que realizan, y para ello, existen varias formas de cómo percibir lo acontecido sin utilizar el lenguaje verbal. En la actualidad, la comunicación no verbal, entendida en los gestos, apariencias, posturas, miradas y expresiones, se las reconoce en una persona con el sólo hecho de realizar un pequeño movimiento.

La comunicación no verbal, normalmente, está basada en una serie de elementos de gran variedad, que sin duda, ayudan a despejar las ideas que poseemos mediante su significado; todos estos componentes son los que resaltan en la lengua hablada, que se hace fácil poder llegar a los demás. Existen varias características de la comunicación no verbal y en ellas se recalcan las más distinguidas como son: mantener una buena relación, que de alguna manera, su

propósito es emplear una información eficaz; también se la interpreta de acuerdo al estado de sociedad o cultura donde se origina la comunicación no verbal.

La comunicación no verbal apunta a los signos y sus técnicas no lingüísticas, que informan o se utilizan para comunicar, esto trata de un concepto extenso, que posee hábitos y costumbres culturales. La amplitud y complejidad del argumento exponen progreso y la interdisciplinariedad que identifican su estudio. Además, Mancera (2006), da a conocer que el conocimiento que hoy en día tenemos sobre comunicación no verbal es, relativamente, escaso y muy fragmentario. Tanto es así que, a comienzos del siglo XXI, aún no contamos con una base teórica sólida que nos permita describir y explicar con propiedad y detalle qué es la comunicación no verbal.

1.3.1.3. Comunicación interna

En la comunicación organizacional hay muchos tipos principales de información que se pueden dar con sus respectivos públicos que forman parte de ellas, esto se ha dado con base a las necesidades y actitudes de los componentes de cada organización, donde el personal es un público interno que tiene la necesidad de informarse de todas las actividades que están surgiendo en su Institución.

Para Benito Castro (2007) autor del libro “El auge de la comunicación corporativa”, define que la comunicación se mantiene en todas las instituciones, el cometido de la forma ordenada de la información no es responsabilidad única

de una dirección de comunicación corporativa, como tampoco es de la sucesión técnica.

Sea cualquier tipo de organización, lo único que debe hacer es dar a conocer a sus componentes a través de varios tipos de canales de comunicación todo lo que se está realizando en la institución; para estar convencidos de que sus elementos tengan esas facilidades y de cierta manera encuentren toda la confianza deseada para la toma de decisiones en los casos que se requieran.

Según, Marisol Gómez Aguilar (2007), en su trabajo denominado “La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad”, manifiesta que la comunicación interna es considerada como un instrumento estratégico muy efectivo en el instante de dar una respuesta a las necesidades comunicativas con los respectivos públicos internos y externos.

Tanto en las empresas privadas como en las públicas, en la actualidad, existe una mayor preocupación por conocer las necesidades que tiene su personal, por tal razón, están realizando varios materiales de evaluación para conocer el rendimiento de cada uno de sus componentes y de esta manera, tener las herramientas y estrategias para ejecutarlas en el momento dado. Pero, en el gobierno local de la parroquia Anconcito existe una mala comunicación entre la comunidad y la organización, donde hace falta tener estrategias comunicativas para mantener una comunicación externa.

Gómez (2007), define a la comunicación interna en tres tipos:

La comunicación descendente que se la da desde la orientación a los empleados, se la puede considerar desde pirámide a base; con esto, se puede suponer que los

empleados trabajan con total desempeño cuando conocen que sus superiores así lo esperan, y con base a esto, se han procedido a darse las capacitaciones sobre comunicación para fortalecer ese enlace entre jefe y empleado.

Comunicación ascendente, se la considera desde la base hasta la dirección. Esta es la comunicación que realizan los empleados, al decir sus opiniones o sugerencias ante la dirección y cumpliendo sus órdenes. Implica el desarrollo de las relaciones con los empleados con el fin de recompensar la comunicación de problemas, opiniones y dificultades.

La comunicación horizontal es la que se lleva a efecto entre ambos miembros y departamentos de una organización, cuyo caso es una relación equilibrada. Este tipo de comunicación se la ejecuta de dos formas: formal que se la relaciona con el trabajo que a diario se da y la informal, que se manifiesta por circunstancias sociales o solo el compañerismo.

Es importante recalcar, que la comunicación interna en las organizaciones sea pública o privada, posee un rol privilegiado para sus comunidades con la que está trabajando, porque, de esta manera, se verá un producto final que consiste en mantener una buena comunicación entre los que la conforman y así será beneficiosa para el desarrollo y progreso de las organizaciones.

1.3.1.4. Comunicación externa

Según Gómez (2007), la comunicación externa es dirigida, esencialmente, a los usuarios, medios de comunicación, instituciones, etc.; esto es, fundamentalmente,

la imagen que ofrece toda organización ante los que forman parte de esta estructura.

En la comunicación externa se envuelve a las relaciones, directamente, con el departamento de comunicación de cada organización y su relación que mantiene con los medios de comunicación, para de esta forma hacer llegar el mensaje a sus públicos. En las organizaciones públicas y privadas la comunicación externa debe prevalecer en las relaciones informativas con todas las personas involucradas a la institución. Todo esto, implica en sacar el máximo provecho a la información como única vía para llegar al conocimiento de lo que necesita realizar en la estructura, en beneficio de su público.

Benito Castro (2007), menciona que la comunicación externa es el distante de la información reunida que se confirma en el cometido de la imagen de una Institución que tiene como fin transmitir a sus públicos y obtener resultados beneficiosos para ambos. A esto, se establece que la comunicación externa es fundamental en toda organización, porque de esto depende la buena imagen que se dé con las personas que se encuentran vinculadas en una sociedad.

Una realidad que existe en el gobierno local de Anconcito es la poca importancia que se le da a la comunicación externa, debido a que no conoce cuáles son los procesos que deben de ejecutarse para obtener una comunicación eficaz con los incumbidos en el tema.

Además Gómez (2007), da a conocer que en la comunicación externa existen funciones que se diferencian y ellas son: las relaciones informativas con los medios de comunicación y las relaciones con la sociedad.

Las relaciones informativas con los medios de comunicación están consideradas como la principal función entre los departamentos de comunicación, con la finalidad de fortalecerla como fuente informativa y que se le debe de instituir una investigación continúa. Esto se debe realizar, básicamente, con los medios de comunicación, que son el ente principal en poder llegar con los respectivos mensajes a los públicos o personas que se benefician de la institución y que a la vez sean testigos sobre lo que se ejecuta para beneficio de todos.

Las relaciones con la sociedad están basadas en el trabajo que se da con sus usuarios, debido a que es uno de los factores principales a la que se debe una organización para el desarrollo de la misma. Esto implica, la buena imagen que tiene la institución a sus públicos o comunidad y que a la vez, estas organizaciones optan por cualquier medio de comunicación para poder hacer llegar el mensaje o actividades que hacen en beneficio de todos, y de esta manera puedan ser conocidos por toda la sociedad.

1.3.2. Clases de públicos en una organización

Los públicos que tienen relación con la empresa no son receptores pasivos de mensajes, al contrario, son protagonistas de su realidad edificando su propio conocimiento de la organización con base a sus experiencias y la interacción habitual en la relación de la organización, esto lo afirma Manucci (2011).

Estos públicos no han sido trabajados a fondo y para poder conocer cuál es el objetivo principal con el emisor, han hecho que en las instituciones se los trabaje

de manera minuciosa con varios programas de comunicación.

Para Capriotti (1999), los públicos se constituyeron a partir del inicio o nacimiento de una organización, debido a este origen se fue conociendo la importancia que tienen los públicos en una estructura y el rol que desempeñan cada una de ellas para beneficio de la misma. Mediante esta cita se puede conocer que existen variedades de públicos que conforman una organización, por tal razón, es de vital importancia conocer cuáles son sus intereses y qué papel desempeñan en dicha institución.

En la actualidad, si hablamos de los públicos de una entidad de cualquier ámbito, se lo reconoce por ser un pilar fundamental para los investigadores que deseen conocer cuáles son las respectivas anomalías que existen entre los públicos y las instituciones, y de acuerdo a esto se realizan ajustes para mejoras de las organizaciones.

A los públicos se los estudia de diferentes maneras de los cuales tiene su fundamento y poseen básicas relaciones en donde lo único que está de por medio son sus intereses necesarios, para que de este modo exista un lapso estratégico en las buenas relaciones entre sus componentes. Por tal razón, los públicos son los intérpretes de la comunicación que existe en conjunto con las empresas, porque de este modo, tratan de influir en ellos y conocen las decisiones que deben de ejecutarse con base al desarrollo e impulso de dicha organización.

Además, existe el interés común de quienes conforman estos públicos, de tal manera, que exista esa comunicación efectiva que ocasione una relación con la organización y una sociedad, ante una serie de confrontaciones entre los mismos

públicos, y que cada uno de ellos cumpla un rol fundamental para que se dé una comunicación de manera efectiva. No obstante, Paul Capriotti y Lammertyn realizaron varios estudios sobre los públicos que dan a conocer los resultados de lo que se desea trabajar o cómo se desee llegar a ellos, sobre la imagen de la organización.

Debido a la importancia que tienen los públicos para cualquier tipo de institución, es necesario que se dé su estudio, por esto, a continuación, se da a conocer las clases de públicos que existen recalando su importancia en toda sociedad, además, hay que resaltar que en la comunidad de Anconcito se debe fortificar el verdadero significado y el rol del público para una dependencia y endurecer así ese lapso.

1.3.2.1. Público interno

Los públicos que están sometidos de cualquier forma con una Institución, no sólo que perciben algún mensaje, éstos son los que hacen protagonismos de la realidad por la que esta empresa está pasando, todo es, debido a la importancia del diario vivir que tienen en relación con dicha organización. En estas, los públicos internos conforman su propia estructura y debido a la vital importancia que poseen para el progreso de sus metas, tienen la potestad de estar capacitando a estos grupos de personas para que se encuentren activos en el rol que desempeñan.

Paul Capriotti (2013), da a conocer que no todos los públicos con los que se relaciona alguna institución tienen la misma igualdad, debido a que unas tienen

más importancia que otras y por esta circunstancia se establece qué jurisdicción posee a sus públicos prioritarios y secundarios.

Los diferentes públicos que se involucran con la organización, se convierten en parte fundamental de la estructura. Para las organizaciones, es trascendente conocer cuáles son sus públicos primarios y secundarios, también saber cómo se forman, cuáles son sus intereses y la función que desempeña con el ejercicio comunicativo.

Se conoce que el público interno es parte fundamental en cualquier organización. Además, se puede considerar como el capital humano debido a que sostiene un balance necesario a merced de una dependencia y así se puede llegar con los propósitos en cuanto a lo propuesto.

Estos grupos son los que están, directamente, involucrados con su organización, y responden a la misión y visión que posee dicha empresa; y, son el factor fundamental para que cada institución a la que representa cumpla con sus objetivos deseados. Estos grupos de personas se encuentran divididos por diferentes jerarquías, y por tal efecto, tienen diferentes comunicaciones de acuerdo al rango que poseen. Además Lammertyn (1997), manifiesta que grupos de interés internos cumplen funciones, mayoritariamente, en un lugar físico acotado, lo que hace que la comunicación interna se facilite.

La relación que se da entre el público interno y todo gobierno local es necesaria para que se mantenga una excelente comunicación entre ambas. En el régimen de Anconcito falta establecer la comunicación interna debido a que no se produce una información efectiva hacia la comunidad por la falta de estrategias

comunicativas.

1.3.2.2. Público externo

Los públicos externos, considerados como parte elemental de un establecimiento, son los que palpan el trabajo que realiza la entidad en beneficio de una sociedad, esto es, debido a que siempre están a la expectativa de dichas labores que se realizan en favor del desarrollo económico socio cultural, por lo que, pueden dar críticas constructivas de los defectos que adquiere dicha dependencia.

Un público externo se encuentra formado por varios grupos de personas que tienen relación con la institución, teniendo como finalidad varias acciones que ostentan a pesar de no tener una familiaridad con las mismas. Se puede expresar que este público se encuentra desarrollado por conjuntos que se mantienen en el entorno de la institución, por las diferentes conexiones que existen entre ambas partes, las cuales hace que vayan juntos.

Además, se considera al público externo como los fieles testigos de las acciones que realizan las organizaciones con base a su colectividad y que en oportunidades existen defectos que solo ellos divisan; por tal razón, las organizaciones consiguen surgir con nuevos rumbos en bien de una sociedad llena de expectativas.

Estos públicos son conocidos para la labor de relaciones públicas como parte importante en una institución, y de esta forma se encuentran divididos por diferentes componentes de acuerdo al rol que desempeña la empresa en una sociedad.

1.3.3. Caracterización de las empresas

En nuestro país, después de varios factores que surgieron con base al neoliberalismo, dejó a las empresas con una mala referencia. Pero, en la actualidad han resurgido de manera muy compleja en todo su entorno y por ello tiene un papel fundamental en la economía.

A partir de esto, se ha considerado a las organizaciones como un factor esencial, las cuales se dedican a múltiples actividades, siendo en su mayoría con fines económicos, que tiene como único propósito el de compensar las necesidades de quienes las demanden por la actividad que emprenden y se manejen con base a sus estrategias de manera directa con sus públicos y de este modo se ayuden, mutuamente.

Existe gran variedad de empresas, unas son instrumentos con la que cuenta un Estado para cubrir sus necesidades en su entorno y otras son las que pertenecen a cierto grupo de personas que velan por beneficio propio en un lugar determinado. A continuación, se detalla a dos empresas que existen en nuestra sociedad: empresas públicas y empresas privadas.

1.3.3.1. Empresas públicas

Las empresas públicas en una primicia fueron factibles para que varios capitales puedan ser dadas a grupos de personas y de esta manera quienes ejercerían este

cargo, serían los jefes de Estado que de alguna forma podían hacerlas sobresalir en lo económico con la sociedad a la que representan.

Por tal razón, se establecieron varios regímenes de impuestos y subsidios para que las diferentes compañías públicas, puedan emprender con aquellas personas que prestan sus servicios logren facilitarles todos los beneficios que por ende deben de recibir y de esta manera existan mejoras en la distribución del ingreso de cada una de ellas.

La Constitución del Ecuador concede al Estado el mando de planificar el desarrollo de su país y de esta manera, recuperar su rol protagónico de la economía. Tal como lo afirma en el Capítulo sexto Trabajo y Producción; Sección primera, Formas de Organización de la Producción y su Gestión:

Art.319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el Buen Vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto. (Constitución, 2008)

En este artículo, básicamente, el Estado es el encargado de reconocer que las organizaciones sean el factor económico de producción en la sociedad, cuyo objetivo es asegurar el buen vivir de todos, satisfaciendo las necesidades que tengan sus consumidores.

Uno de los instrumentos con los que cuenta el Estado, para intervenir en la

economía, es la creación de muchas empresas públicas que funcionan como herramientas de política. Con esto, se crea la mayor presencia de asociaciones estatales en varios sectores importantes. Las empresas públicas son las que se encargan de saber llegar a su objetivo de manera directa e indirectamente, dominando con sus diferentes campañas y estrategias para obtener sus propósitos. A una compañía se la considera por el rol que desempeña y la atención que presta a sus servidores, y solo estas tienen la capacidad de tener contacto directo con el Estado debido a su vínculo.

Se conoce que las empresas públicas son sujetos creadas por el Estado y su fin es proporcionar empleos en una sociedad de cualquier índole y a la vez lograr seguir desarrollando múltiples plazas, cuyo fin es brindar una buena conexión a través de ellos con sus respectivos públicos con base a la labor que cada una desempeña. Baillart (2011), da a conocer que los objetivos de las organizaciones públicas y de sus políticas son múltiples y a la vez complejos debido a su importancia en una sociedad. En la actualidad, las instituciones deben de cumplir con su rol y ser protagonistas del desarrollo económico de cada sociedad, y de este modo, estarían cumpliendo con lo establecido en la constitución.

1.3.3.2. Empresas privadas.

Las empresas privadas constituyen una fracción particular de la economía en una sociedad llena de oportunidades para quienes puedan beneficiarse de ellas tanto en lo financiero como en lo laboral. Toda empresa privada no puede pensar solamente en el beneficio como único parámetro de evaluación de su actividad;

esta situación depende de la inexistencia de mercado y de competencia efectiva que existe en una colectividad. (Baillart, 2001)

Ante lo dicho por este autor, la agrupación privada tiene el propósito de velar ante las expectativas de sus consumidores y lo efectúan con su producción, para generar una economía que no solo va en beneficio de ellas sino que lo realizan de acuerdo a las necesidades que tengan y a las debilidades de otras organizaciones.

Según German Coloma (2004), la privatización de las empresas nace de las públicas, mediante un objetivo que se halla fundado en los estudios de otras estructuras que otorgan mayor persuasión en una compañía, por tal razón, esta pasa a formar parte a una privada atendiendo de forma positiva.

Se conoce que uno de los objetivos principales de estas empresas es de generar ganancias para los propietarios y los empleados; además, estas no dependen de lo político, y quienes puedan formar parte de ellas, solo depende de ser accionista o trabajador.

Estas instituciones ayudan en el desarrollo y progreso de una nación y a la vez con el Estado. En el ámbito laboral al igual que las públicas con la diferencia de no tener ningún vínculo político; conjuntamente, se desarrollan y brindan lo estipulado con base a sus objetivos y principios propuestos por cada una de ellas llenando las expectativas de sus usuarios.

Las mayores empresas privadas son un factor fundamental en una sociedad, se encuentran sujetas a la opinión de su público al igual que de sus accionistas y por ende el de los medios que estén a su alrededor, en el cual tienen la responsabilidad en cierto tiempo, dar a conocer a sus públicos todo lo emprendido.

En ciertos casos, en una compañía privada pueden existir situaciones que se dan entre un accionista con los administradores, pero esta falencia no es compleja debido a que se puede dar solución de forma rápida, que comparada con la empresa pública se hace muy compleja la situación.

1.3.4. Tipos de planificación en una organización

La planificación se la define como un proceso de proveer técnicas e instrumentos que admitan realizar una evaluación a las situaciones que favorecerán o desfavorecerán en las tomas de acciones, para disponer, previamente, alternativas válidas en posibles desmanes, esto lo afirma Flavio Carucci (2003).

Una planificación cumple con dos factores primordiales en las organizaciones; en ellas está minimizar el riesgo que existe en el ámbito comercial y lo otro es afirmar un éxito en una organización, sin embargo, las proyecciones recurren a todos los recursos que existen en cada dependencias para después ver sus resultados.

La planificación se la emplea en el lenguaje común para realizar múltiples actividades, que por ende, son los objetivos establecidos a largos o cortos plazos por cada organización, del cual está en la potestad de hacerlas cumplir. De esta manera, es posible definir los pasos para el desarrollo de las más diversas acciones, desde las más cotidianas hasta las más extraordinarias. Así, a partir de esta programación se definen opciones y se elige un curso determinado, entre las múltiples alternativas, para llegar al destino deseado.

Toda planificación debe de poseer técnicas e instrumentos que permitirán conocer los resultados de las situaciones que benefician o desfavorecen en la diferente toma de disposiciones para poder estar preparados con varias opciones ante los desmanes que puedan ocurrir en todo el proceso.

1.3.4.1. Planificación estratégica

Orión Aramayo (2005), considera a la planificación como una herramienta creada en el mundo privativo y que debido a su importancia, sirve para resolver situaciones en entornos dinámicos y competitivos; ha tenido una aceptación en el sector público y privado siendo uno de los ejes de la reforma y modernización del Estado.

Es importante aclarar que, si hablamos de lo estratégico de un tiempo de planificación, no podemos hacer de su uso en un proceso de construcción de él, sin antes saber la exigencia que tiene la organización para que de esta condición admita a los empleados a dar todo de ellos en los objetivos planteados.

También, Aramayo (2005) nos manifiesta que una planificación estratégica es un espacio o esfuerzo organizacional de técnicas donde su propósito es conseguir sus metas implantadas, que han sido ejecutadas por dicha institución, y además, se las puede ejecutar en las áreas que sean necesarias.

Pero, en la actualidad, no existirán empresas que tengan utilidad en una colectividad, si al mismo tiempo no se construye una visión de futuro que señale de manera clara y precisa hacia donde ir y de una misión que acompañe,

cotidianamente, los pasos que hay que dar.

La planificación estratégica no solo compone un espacio para lograr los objetivos propuestos por la institución, también se la puede llamar como visión a largo plazo, cuyo propósito es alcanzar lo planteado para de esta forma sacar adelante a dicha organización. Cambiar el contexto de una empresa que tiene problemas con sus objetivos, es una ardua labor que se debe realizar, y para esto se debe ejecutar una planificación estratégica que sería una gran oportunidad que necesitan estas para poder surgir en una sociedad llena de competencias. También, Cuéllar (1999) menciona que una planificación estratégica es un esfuerzo común para tomar decisiones y acciones que configuren y guíen los objetivos de la zona, empezando por la situación existente, dentro de un marco de futuros escenarios. Con esto, se da a entender que la planificación estratégica es necesaria en toda organización, debido a que es una herramienta que sirve de guía para el desarrollo de cada una de éstas.

1.3.4.2. Planificación operativa

Planificar, operativamente, es dar ocupaciones de varias tareas a los diversos grupos de trabajo que hacen una organización, para que de alguna manera estos las cumplan en el tiempo establecido por quienes delegan dicha actividad. También, podemos decir que, la planificación operativa es una actividad continua, sumamente, ordenada, en un proceso que permite elegir de manera completa los objetivos que se asignan, teniendo vigente el tiempo estipulado.

Para Ronald Meza, Carmen Morales y Jorge León (2003), la planificación operativa es un propósito regulado que consiste en elegir, organizar y mostrar de manera formada los objetivos, metas, acciones y capitales determinados a los elementos del plan, durante un tiempo definitivo.

Toda planificación operativa, contiene su intención llevando su proceso establecido, pero hay que recalcar que esta proyección no debe de acceder al tiempo que se le da, debido a que debe cumplir con las reglas impuestas en cada organización. Las estrategias, así como los logros deseados y precisos de una planificación operativa son sin duda a corto plazo, particularmente, se dan en un año y nacen de las planificaciones estratégicas.

La planificación operativa se la considera como un proceso de tener en forma exacta lo que desea la organización con base a sus objetivos establecidos. Esto consiste en poder decidir con anterioridad lo que se debe realizar, quienes lo van a realizar y como deberá de realizarlo. Además, sirve de pauta primordial para la administración del plan en el manejo de diligencias en su periodo y establece decisiones a cambios que se puedan dar en el proyecto.

1.3.4.3. Planificación operativa anual (POA)

Según, las definiciones de Ronald Meza, et al, (2003), consideran al Plan Operativo Anual como un elemento primordial manipulado en una planificación para mostrar de modo adicionada la información que se crea en la planificación operativa de un proyecto.

El plan operativo anual está considerado como una herramienta que maneja, minuciosamente, el cálculo conveniente en el año en marcha. En varios proyectos que se realizan para cubrir varias necesidades de interesados, las acciones y propósitos del POA, será el de responder a esas demandas.

Los distintos proyectos que se desean ejecutar por varias organizaciones públicas o privadas son para cumplir con las demandas de quienes desean obtener un buen resultado, por tal razón, está activa en los habitantes o los actores involucrados en el mismo. Hay que aclarar que, la planificación operativa anual la realizan todas las organizaciones para concretar y lograr lo que desean en lo propuesto debido a que esto es confiable para surgir.

En la práctica se observa que el POA es utilizado como un equivalente a la planificación estratégica y encontramos documentos extensos que transcriben la misión, visión, diagnósticos institucionales y listados de objetivos que en general no tienen la característica de estratégicos, siendo que representan funciones permanentes, así lo afirma Armijos (2009).

Toda institución se ayuda de una planificación operativa anual, como una herramienta de importancia para su desarrollo, debido a que no está pendiente en tener alguna falencia que vaya a ser perjuicio para la entidad.

1.4. Fundamentación conceptual o marco conceptual

En esta tarea de investigación, es necesario recalcar las siguientes definiciones de estas palabras claves que han sido fundamentales en todo el proceso de exploración.

Comunicación: Un primer acercamiento a la definición de comunicación, puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *comunicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

El proceso comunicativo implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo). Por ende la comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, mediante habla, escritura u otro tipo de señales.(Cultural, 2000)

Organización: Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. En otras palabras,

una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

Cabe destacar que, una organización sólo puede existir cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. Las organizaciones funcionan mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos.(Cultural, 2000)

Público: Se considera público a todas los individuos de cualquier clase social que forman una sociedad, unos son identificadas por las instituciones públicas como privadas o de cualquier índole, para lograr sus propósitos en el desarrollo de las mismas, también son importantes en ambos ámbitos cuyo objetivo de estos es ser espectadores de las múltiples actividades que se realizan en una colectividad.(Cultural, 2000)

Empresa: La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su público meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construída a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.(Cultural, 2000)

Planificación Estratégica: La planeación estratégica: analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a

la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa (Koontz y Weihrich, 1994).

Comunidad: Se entiende bajo el concepto de comunidad al conjunto de individuos, ya sea humano o animal, que tienen en común diversos elementos, como puede ser el idioma, el territorio que habitan, las tareas, los valores, los roles, el idioma o la religión. También, suele ocurrir que las personas se agrupen entre sí por tener un mismo objetivo que alcanzar y se caracterizan por conformarse de manera espontánea y no de forma voluntaria, como ocurre con las sociedades. (Cultural, 2000)

Comunidad rural: Esta relaciona con el ambiente o área donde se encuentra habitado por seres humanos que se sienten reconocidos por formar parte de él. Esta área se encuentra, remotamente, en una urbe por lo que en ciertas partes se dedican a la agricultura y además, generalmente, carecen de servicios básicos en su entorno. (Quintero, 2013)

Difusión: Se la entiende a la acción y efecto de difundir, término que proviene del latín *diffusio*, que hace detalle a la comunicación desarrollada de un mensaje. Para los periodistas y expertos en la comunicación social son aquellas personas escogidas por las organizaciones o empresas para laborar en este campo. En los medios de comunicación tales como la televisión, la radio, prensa escrita o en el internet son los canales adecuados para utilizar la difusión. (Cultural, 2000)

Actividades: A esto, se lo denomina como el conjunto de tareas que se lleva a efecto para cumplir las metas de cualquier programa, que consiste en la realización de ciertos métodos o trabajos que está sujeto por la entidad. La actividad es un conjunto de operaciones o tareas que son ejecutadas por una persona o unidad administrativa como parte de una función asignada.(Cultural, 2000)

1.5. Fundamentación Legal

En el 2007 en el Ecuador, para muchos, constituyó un año de profundos cambios sociales y políticos, el inicio de lo que en ese entonces se creía un profundo proceso de cambio. Al año siguiente, uno de los hechos más relevantes de la revolución ciudadana fue la elaboración de la nueva Constitución.

Este proceso contó con una amplia participación ciudadana, de colectivos y movimientos sociales que, en conjunto con asambleístas y asesores conceptualizaban el país deseado. Sin duda, uno de los más importantes ha sido el pensar un nuevo paradigma de desarrollo, transportar el concepto andino del Sumak kawsay a la visión nacional del Buen Vivir.

Como toda propuesta de cambio, la introducción de este nuevo concepto generó especulaciones, desacuerdos, malas interpretaciones y escepticismo; no se tenía claro el concepto y mucho menos la aplicabilidad constitucional de una definición de este tipo; en términos simples, el Buen Vivir significa vida en armonía y

equilibrio entre hombres y mujeres, entre las comunidades, y sobre todo entre los seres humanos y la naturaleza, porque ellos son parte de ella.

La práctica de este concepto implica, naturalmente, saber vivir en comunidad, alcanzar condiciones mínimas de igualdad, eliminar el prejuicio y la explotación y respetar la naturaleza preservando su equilibrio.

Para muchos, este término se transformó en la herramienta para introducir nuevos términos, conceptos y ampliación de derechos basándose en que el régimen de desarrollo del país ya no se centraba en el crecimiento económico sino que más importante que ellos es la calidad de vida de las personas, comunidades y pueblos, que resignifica lo social, lo político, lo ambiental y, por supuesto, lo económico. Con ello, además, se reivindica la dimensión social de la democracia que complementa y profundiza la democracia formal.

Se alejaba de un modelo extractivista para concebir a la naturaleza como sujeta de derechos, apostarle a un modelo más justo, incluyente y propio, menos impositivo, aunque cada vez las acciones del gobierno central se vayan alejando de su esencia.

Está vinculado con el objetivo 4: De fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, de los objetivos nacionales para el Buen Vivir, del Plan Nacional de Buen Vivir 2013- 2017 para que de esta manera, la investigación que se va a realizar pueda cumplir con lo estipulado para su respectivo desarrollo. (PBV, 2013)

En este objetivo se pone énfasis a la necesidad que se debe fortificar el conocimiento de los ciudadanos con respecto a lo que se acontece en su entorno,

para que de alguna forma puedan mantenerse en una comunicación efectiva no sólo con los demás ciudadanos sino con las autoridades de turno. Se conoce que el Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir , es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública.

También, se encuentra vinculado con la Constitución de la República del Ecuador; Sección 3ª; Comunicación e Información.

Art 16. Todas las personas, en forma individual o colectiva tiene derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. Acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

4. El acceso al uso de todas las formas de comunicación visual auditiva sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.(Constitución, 2008)

Mediante el artículo 16 de la constitución es de importancia para los ciudadanos porque permite tener una comunicación libre en todo ámbito y formar parte de ellas, al igual que admite tener acceso a las tecnologías para mantenerse

informados y a la formas auditivas sensorial y varias más que solo es de beneficio para las personas que tienen discapacidades especiales.

Para este trabajo, también, se hace énfasis en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador; Capítulo II; Derechos a la comunicación; **Sección I**; Derechos de libertad.

Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión:
Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente, de cualquier forma y por cualquier medio. Serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.(LOC, 2013)

Con respecto a la sección I de la Ley Orgánica de Comunicación es claro que los ciudadanos tienen derecho en hablar y juzgar sobre el tema que deseen en el cualquier espacio de comunicación, por lo que serán ellos los únicos responsables de sus propios actos.

Sección II; Derechos de participación

Art. 38.- Participación ciudadana.- La ciudadanía tiene el derecho de organizarse, libremente, en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios públicos y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación, por parte de cualquier medio de comunicación.(LOC, 2013)

Con la sección II del artículo 38, la ciudadanía tiene todo el derecho a estar organizados en reuniones de cualquier carácter con el propósito de incurrir en los medios estatales con el único fin de que se dé una buena comunicación. Debido a esto, es necesario que la ciudadanía pueda emprender estas acciones para tener facilidad al conocimiento sobre lo que las organizaciones de su localidad se encuentran realizando en beneficio de ambos.

Dentro de la comunicación existe varios factores que nos ayudara a encontrar un camino a diversos derechos en lo cual enfatizaré que nuestra Constitución de la República del Ecuador estipula en el Capítulo segundo, Derechos del Buen Vivir.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. 2. Acceder, libremente, a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información, excepto, en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (Constitución, 2008)

En este artículo, se manifiesta que los ciudadanos tienen esa oportunidad de mantenerse comunicados y difundir sobre cualquier tema de interés personal quedando en claro que serán los responsables sobre anomalías que se den con respecto a los temas tratados. Además, tienen el derecho en acceder de manera libre a la información que emiten las entidades públicas como privadas que manejen caudales del Estado.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos. (Constitución, 2008)

Con respecto a este artículo es notorio que en los medios de comunicación deben brindar el espacio que se requiere para emitir información de los contenidos informativos, educativos y culturales por los cuales es importante que los gobiernos locales accedan a este espacio para difundir sus actividades que ejercen en beneficio de una comunidad.

2. CAPÍTULO II

2.1. Metodología o estrategias metodológicas

Para la realización de este trabajo de investigación se utilizó el método deductivo, que se refiere de lo general a lo particular. Es decir, que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, partiendo de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlos en casos individuales y comprobar de esta manera su validez.

Por tal razón, esto permitió conocer con base a una deducción en general sobre este tema y admitió estar al tanto del caso que sucedía en la parroquia Anconcito y de cierta manera se obtenía una conclusión clara y fundamental. Además, determinan temáticas que se aplican en las estrategias de difusión de las actividades realizadas en la comunidad.

Se utilizó en este trabajo la observación que se dio en el lugar donde permanece el problema, y que de cierta manera fue significativa en todo el proceso debido a la falta de comunicación que tiene esta localidad entre sus gobernantes, lo cual permitió hacer local la situación sobre la importancia del tema.

Otra situación, que sin duda ha conseguido sobresalir a los pueblos gracias a la buena comunicación, es la relación entre quienes las conforman.

2.2. Diseño de la investigación

Los diseños que se aplicaron en el transcurso de esta investigación fueron dos; la primera es el diseño longitudinal, que consiste en recolectar datos sobre variables o sus relaciones en dos o más momentos, para evaluar el cambio en éstas y que después sea tomando a una población o una subpoblación, o a los mismos sujetos. También, los diseños longitudinales se fundamentan en hipótesis de diferencia de grupos, correlacionales y causales.

Debido a esto, se hace la debida recolección de información en el tiempo establecido y en ella se ven los cambios que fueron necesarios para obtener lo deseado, en los datos posibles datos en cuanto a los autores y personajes que han manifestado la importancia que existe en este tema.

En cuanto, al segundo diseño elegido para lograr los objetivos planteados en este trabajo; fue el diseño transversal, que implica la recolección de datos una sola vez durante un tiempo limitado. La investigación transversal suele ser más descriptiva que experimental. Estos tipos de estudios son útiles para describir un efecto específico en una población en particular en un momento determinado en el tiempo. Esto permite lograr describir y conocer la importancia que tienen las dos variables en tan significativo problema y que se logre analizar en un tiempo determinado.

Para esto, la información obtenida de los autores referentes al tema investigado, tales como libros, revistas, diccionarios, artículos y documentos digitales, fue lo necesario y fundamental para esclarecer la importancia que existe con respecto a

la comunicación organizacional y que a la vez permitió concretar ideas beneficiosas.

2.3. Tipos de investigación

Los tipos con los que se trabajó en este proceso fueron la investigación descriptiva que se ocupa de la explicación de datos y características de una población. El objetivo es la recolección de datos objetivos, precisos y sistemáticos que puedan usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. Los estudios descriptivos raramente involucran experimentación, ya que están más preocupados de los fenómenos que ocurren, naturalmente, con la observación de situaciones controladas. Esto se basó en un hecho observado en esta localidad y que permitió llegar a esclarecer lo que sucedía en su entorno, en base a la comunicación que debe de existir.

También, el tipo de investigación que se utilizó fue la correlacional, que indica el grado de relación y semejanza que pueda existir entre dos o más variables; es decir de las características o conceptos de un fenómeno. Esta no pretende establecer una explicación completa de la causa y efecto de lo ocurrido, solo aporta indicios sobre las posibles causas de un acontecimiento.

A través de la relación entre sus variables, y que a la vez se dio la facilidad de conocer a fondo su importancia en contenidos, y se pudo esclarecer ideas para obtener todo lo necesario.

Y el último tipo de investigación utilizado es la explicativa, que es aquella que tiene relación causa, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Esto, permitió estar al tanto del porqué de los hechos; además de sus causas y efectos. Con esto, se conoce a fondo lo necesario con base a las variables de las que se está trabajando y, de tal manera, permite esclarecer la importancia de ellas en todo el desarrollo de la investigación.

2.4. Población y muestra

2.4.1 Población

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones". Levin & Rubin (1996).

La población donde se realizó el trabajo de investigación es la parroquia Anconcito perteneciente al cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, que cuenta con una población de 11822 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos realizado en el año 2010. Una parroquia conocida por ser un importante puerto pesquero de esta provincia, la mayoría de su población se dedica a la pesca artesanal, y se perfila a ser un puerto turístico por poseer hermosos paisajes en todo su perfil costanero.

2.4.2. Muestra

“Una muestra debe ser definida con base de la población determinada, y las conclusiones que se consigan sólo podrán referirse a la población en referencia”, Cadenas (1974).

Para la obtención de la respectiva muestra se utiliza la fórmula aleatoria simple, que después de aplicada con la población, en general, de esta comunidad, se consigue el resultado de 387 personas a las cuales se encuestó en toda la comunidad para obtener lo deseado.

$$n = \frac{N (P \times Q)}{(N-1)(e/k)^2 + (P \times Q)}$$

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

e = límite aceptable de error muestra

p = porcentaje estimado de la muestra (Porcentaje afirmativo)

Q = Porcentaje de elementos que no tienen determinada característica (Porcentaje afirmativo)

K = intervalo de selección sistemática

Desarrollo de la fórmula:

Datos:

N = 11822

P = 0,5

Q = 0,5

e = 0.05

$$K= 2$$

Desarrollo:

$$n= \frac{N (PxQ)}{(N-1)(e/k)^2+(PxQ)}$$

$$n= \frac{11822(0.5 \times 0.5)}{(11822-1) (0.05/2)^2 + (0.5 \times 0.5)}$$

$$n= \frac{11.822(0.25)}{11821(0.025)^2+0.25}$$

$$n= \frac{2955.5}{11821(0.000625) + 0.25}$$

$$n= \frac{2955.5}{7.388125+0.25}$$

$$n= \frac{2955.5}{7.638125}$$

$$n= 386.9405122$$

$$n= \mathbf{387}$$

La muestra con la que se va a trabajar en la parroquia Anconcito es de 387 personas a encuestarse.

Los resultados de las encuestas realizadas en la parroquia Anconcito, se los da a conocer a través de los siguientes cuadros estadísticos con su respectivo análisis e interpretación.

2.5. Tablas y gráficos

A continuación, el resultados sobre el cuestionario que fue dirigido a la muestra poblacional de la Parroquia Anconcito perteneciente al cantón Salinas del a provincia de Santa Elena. Análisis de los resultados obtenidos de la muestra poblacional.

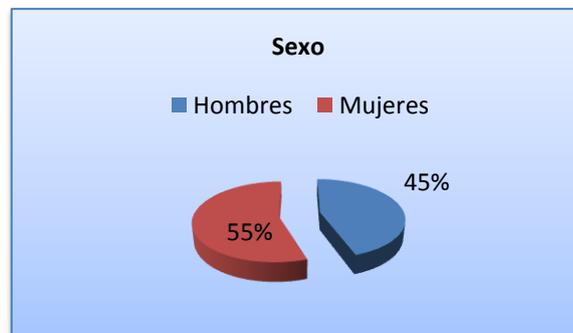
1. Sexo

Objetivo: Observar cuántos de los habitantes encuestados son del respectivo género.

Tabla 1

Hombres	173
Mujeres	214
Total	387

Gráfico 1



Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados se observó que un 55% de la muestra poblacional son mujeres, y en un 45% son hombres, por lo que se considera que el sexo femenino son las personas que más están a la expectativa de lo que acontece en su entorno.

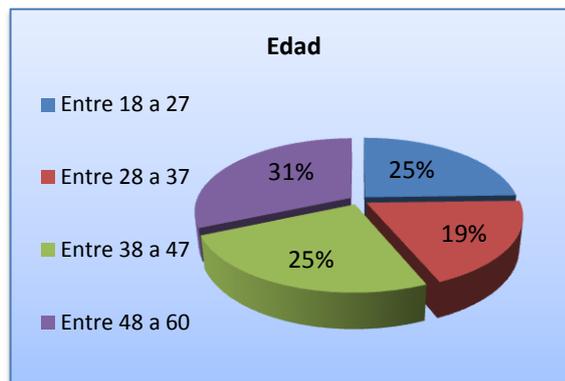
2. Edad

Objetivo: Averiguar el rango de edades en las que se encuentran los habitantes encuestados.

Tabla 2

Entre 18 a 27	95
Entre 28 a 37	74
Entre 38 a 47	96
Entre 48 a 60	122
Total	387

Gráfico 2



Análisis e interpretación: de la población encuestada se observó que el 31% de los individuos están entre 48 a 65 años, mientras un 25% se encuentran entre 38 a 47 años, y el otro 25% tienen entre 28 a 37 años y el restante que es el 19% tienen las edades de 18 a 27 años.

3. ¿Conoce usted qué es la comunicación organizacional?

Objetivo: Conocer que tan familiarizados están con el concepto de comunicación organizacional los habitantes de esta comunidad.

Tabla 3

Si	308
No	23
Algo	56
Total	387

Gráfico 3



Análisis e interpretación: del 100% de la muestra poblacional está el 80% si conoce el concepto de comunicación organizacional, el 14% conoce algo del tema mientras que un 6% no conocen de qué se trata.

4. ¿Considera usted que la comunicación organizacional es importante dentro y fuera de las organizaciones?

Objetivo: Determinarse si para los habitantes, es importante la comunicación organizacional.

Tabla 4

Siempre	181
A veces	28
Nunca	0
Total	209

Gráfico 4



Análisis e interpretación: en la población encuestada el 87% de los individuos piensan que la comunicación organizacional es muy importante, un 13% piensan que solo a veces resulta importante y nadie piensa que no es nada importante.

5. ¿Las relaciones que existen entre una organización y sus públicos son importantes?

Objetivo: conocer si los habitantes de la comunidad de Anconcito piensan si las relaciones que existen entre una organización y sus públicos son importantes.

Tabla 5

Si	379
No	2
A veces	6
Total	387

Gráfico 5



Análisis e interpretación: de las personas encuestadas el 97.9%, piensa que las relaciones entre la organización y su público son muy importantes, y un 1.6% cree que a veces es significativo y un 0.5% creen que no lo.

6. ¿Cree usted que la relación que existe entre el público interno y externo de una organización es importante?

Objetivo: Determinar si la relación entre personas dentro de la organización y las que se encuentran fuera de estas son, realmente, importantes.

Tabla 6

Siempre	373
A veces	14
Nunca	0
Total	387

Gráfico 6



Análisis e interpretación: se deduce que un 96% de los encuestados creen que es importante la relación entre el público interno y externo con a organización, mientras un 4% piensa que a veces es importante, y un 0% dice que nunca es importante esa relación.

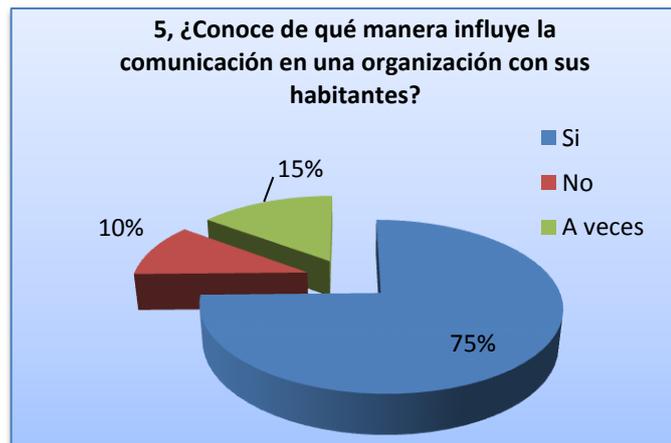
7. ¿Conoce de qué manera influye la comunicación en una organización con sus habitantes?

Objetivo: determinar si los habitantes del sector conocen la influencia de la comunicación organizacional.

Tabla 7

Si	289
No	41
A veces	57
Total	387

Gráfico 7



Análisis e interpretación: de la población encuestada el 75% sí conocen la manera de cómo influye la comunicación en una organización, un 15% a veces tienen un concepto claro y el 10% no conoce la forma de cómo influye la comunicación en una organización.

8. ¿La comunicación interna y externa debe existir en todas las Juntas Parroquiales?

Objetivo: Averiguar si los habitantes consideran que la comunicación interna y externa deben de existir en las juntas parroquiales.

Tabla 8

Siempre	373
A veces	14
Total	387

Gráfico 8



Análisis e interpretación: en esta pregunta un 96% tiene claro que la comunicación interna y externa siempre debe de existir en las Juntas Parroquiales, mientras un 4% cree que a veces es importante que exista esa comunicación.

9. ¿La planificación estratégica es fundamental en un Departamento Comunicacional?

Objetivo: Investigar si los habitantes conocen si la planificación estratégica es fundamental en el departamento de comunicación de su parroquia.

Tabla 9

Siempre	334
A veces	49
No sabe	4
Total	387

Gráfico 9



Análisis e interpretación: de la población encuestada se deduce que un 86% cree que la planificación estratégica es fundamental en un departamento comunicacional, un 13% cree que a veces es importante que se dé la planificación y un 1% desconoce del tema.

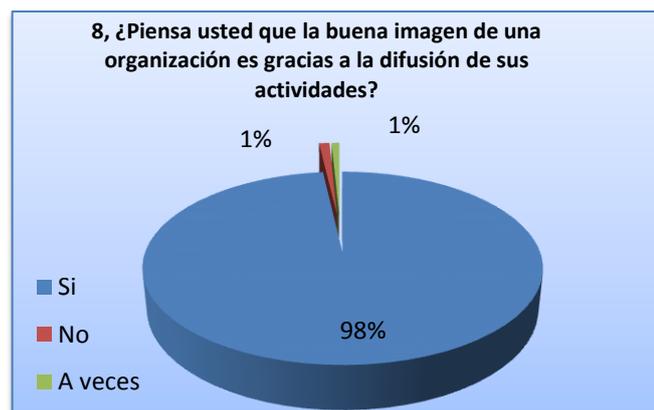
10. ¿Piensa usted que la buena imagen de una organización es gracias a la difusión de sus actividades?

Objetivo: Determinar si los habitantes del sector creen que la buena imagen de la organización se debe a las actividades que realiza y su difusión.

Tabla 10

Si	380
No	4
A veces	3
Total	387

Gráfico 10



Análisis e interpretación: en esta interrogante se aclara con un 98% que las personas piensan que la buena imagen de la organización siempre se deberá a su difusión y actividades de la misma, mientras que el restante de la muestra cree que no y otros a veces conocen sobre la importancia de este tema.

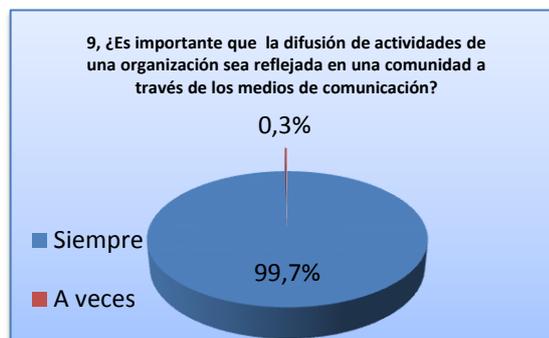
11. ¿Es importante que la difusión de actividades de una organización sea reflejada en una comunidad a través de los medios de comunicación?

Objetivo: Determinar si los habitantes de la comunidad creen que se debe mostrar en los medios las actividades que realiza la organización.

Tabla 11

Siempre	386
A veces	1
Total	387

Gráfico 11



Análisis e interpretación: de la muestra poblacional un 99.7% está de acuerdo que todas las actividades que realiza una organización debe de ser reflejada en los respectivos medios de comunicación y solo un 0.3% sostiene que a veces sí es importante.

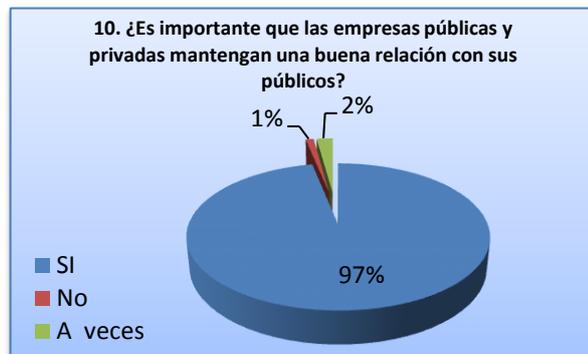
12. ¿Es importante que las empresas públicas y privadas mantengan una buena relación con sus públicos?

Objetivo: Investigar qué opina la ciudadanía del sector sobre la relación que deben mantener con las empresas públicas o privadas.

Tabla 12

SI	367
No	4
A veces	8
Total	379

Gráfico 12



Análisis e interpretación: con los resultados de esta pregunta es notorio que el 97% de las personas encuestadas considera que es importante que las empresas públicas, así como privadas mantengan una buena relación con sus públicos, un 2% piensa que a veces y un 1% dice que no es importante que se dé esta relación.

13. ¿Considera importante la existencia de un Departamento Comunicacional en toda institución?

Objetivo: Determinar si el público considera importante la existencia de un departamento de comunicación en las instituciones.

Tabla 13

Si	375
No	5
No sabe	7
Total	387

Gráfico 13



Análisis e interpretación: de la población encuestada se mantiene un 97% en que es de mucha importancia la existencia de un departamento comunicacional en toda institución, mientras que el 2% y restante no sabe ni conoce la importancia que debe de tener la existencia de dicho departamento.

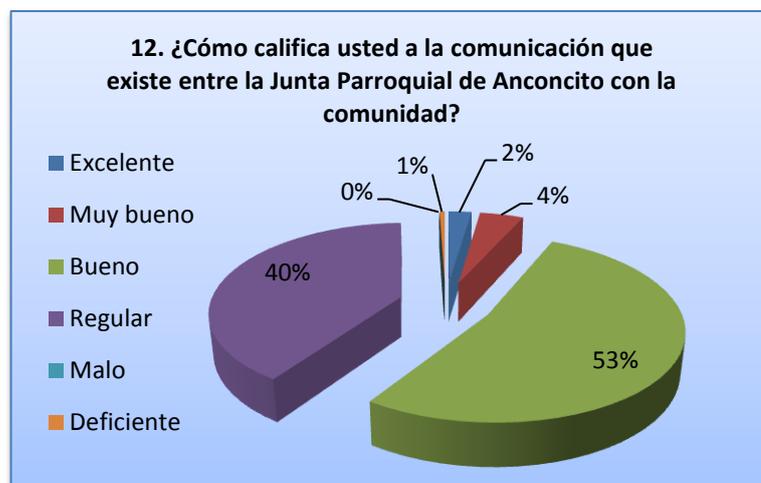
14. ¿Cómo califica usted a la comunicación que existe entre la Junta Parroquial de Anconcito con la comunidad?

Objetivo: Determinar qué tan satisfechos están los habitantes de Anconcito con la comunicación con su Junta Parroquial.

Tabla 14

Excelente	9
Muy bueno	17
Bueno	204
Regular	155
Malo	0
Deficiente	2
Total	387

Gráfico 14



Análisis e interpretación: en esta interrogante las personas encuestadas consideran en un 53%, califica como bueno a la comunicación que existe entre la Junta Parroquial y la comunidad, un 40% piensa que es regular la comunicación, el 4% respondió que es muy buena la comunicación; 2% manifiesta que es excelente y el restante califica que es mala y deficiente la comunicación que se da entre ambas.

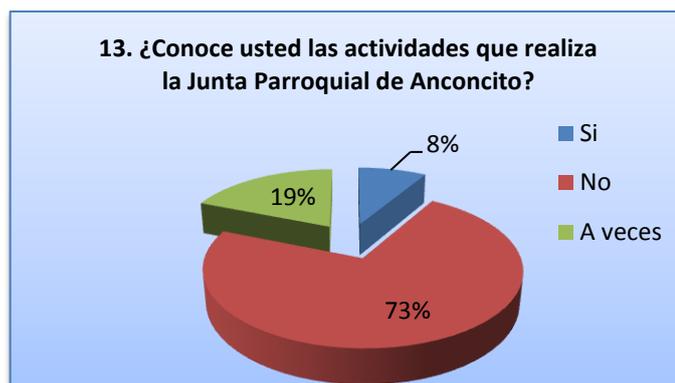
15. ¿Conoce usted las actividades que realiza la Junta Parroquial de Anconcito?

Objetivo: Investigar si los habitantes del sector están al día con las actividades que se realizan en la comunidad.

Tabla 15

Si	33
No	281
A veces	73
Total	387

Gráfico 15



Análisis e interpretación: de la muestra poblacional da como resultado que el 8% sí conoce las actividades que se realizan en su parroquia, un 19% a veces las conoce y un 73% no conocen las actividades que realiza la Junta Parroquial en su entorno.

16. ¿Cree usted que la Junta Parroquial de Anconcito mantiene una buena relación de comunicación con su comunidad?

Objetivo: Verificar la relación que existe entre la Junta Parroquial de Anconcito y su comunidad.

Tabla 16

Siempre	55
A veces	325
Nunca	7
Total	387

Gráfico 16



Análisis e interpretación: de las personas encuestadas el 2% cree que nunca existe una buena relación entre la Junta Parroquial y su comunidad, un 14% cree que siempre hay una relación y un 84% piensa que a veces mantienen una buena relación en el gobierno local y su comunidad.

17. ¿Qué sugeriría usted a la Junta Parroquial para qué fortalezca la comunicación con la comunidad?

Objetivo: Determinar un tipo de sugerencia de los habitantes para mejorar la comunicación entre la Junta Parroquial y su comunidad.

Tabla 17

Talleres	157
Reuniones	109
Mesas redondas	6
Publicidad	32
Charlas	83
Total	387

Gráfico 17



Análisis e interpretación: en esta pregunta los encuestados indicaron en un 41% que están de acuerdo que la Junta Parroquial debería realizar más talleres, un 28% dice que se deben implementar más reuniones, el 21% que hay que realizar más charlas, un 8% más publicidad y el 2% sugiere que se hagan mesas redondas para que se fortalezca la comunicación.

2.6. Instrumentos de la Investigación

Uno de los instrumentos utilizados fue la ficha de observación para registrar aquellos datos que proporcionan las fuentes de primera mano, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas. Esto fue fundamental para dar inicio al desarrollo del tema, debido a que permite conocer las causas que existen en el lugar y que a la vez facilita a dar el siguiente paso en base al desarrollo del tema.

Un instrumento más que se utiliza, fue la entrevista que es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa, realizada a moradores de esta población y, que sin duda, el resultado de ellas es fortalecer de ideas que se mantienen y que permite continuar con este proceso.

Por último, se utilizan las respectivas encuestas que son consideradas como una rama de la investigación social científica, orientadas a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas de la misma (Kerlinger, 1983). Que permitieron esclarecer y a la vez concretar las ideas que se mantenían en el transcurso de la investigación del tema planteado y que a través de sus resultados se procedió a ejecutar la respectiva forma de hacer la propuesta.

2.7. Procedimientos de la Investigación

Para realizar esta investigación se realizaron los siguientes pasos:

1. Seleccionar el tema.
2. Delimitar el problema
3. Antecedentes del tema, las posibles causas del problema y selección de variables para realizar el planteamiento del problema.
4. Contextualización y justificación del anteproyecto.
5. Ejecución del objetivo general con los respectivos específicos y la hipótesis.
6. Matriz de operacionalización de las variables y metodología.
7. Diseño y tipo de la investigación.
8. Población, muestra y técnicas e instrumentos de investigación.

3. CAPÍTULO III

3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.2. Presentación

A continuación, los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Anconcito, que comprende el análisis, interpretación, resultados con conclusiones y recomendaciones. Estas encuestas representan una herramienta importante y a través de ellas se tiene acceso a la información relacionada con el problema que existe con la comunicación organizacional entre el GAD Parroquial y la comunidad de Anconcito.

La organización es la siguiente:

1. La formulación de la pregunta.
2. Objetivo por el cual se formuló la pregunta.
3. Tabla con la frecuencia y porcentaje de las respuestas.
5. Análisis e interpretación de los datos.
6. Conclusiones y recomendaciones del capítulo.

3.3. Tabulación de los datos.

Después de la recolección de datos, a los habitantes de la parroquia Anconcito, se realiza la tabulación de los mismos; analizando los cuestionarios contestados para, posteriormente, representarlos gráficamente con su respectivo análisis e

interpretación.

3.4. Análisis e interpretación.

Para esta labor participó una muestra de 387 habitantes de esta comunidad, donde respondieron preguntas cerradas y de selección múltiple; estos datos se representarán en gráficas con su respectivo análisis donde se interpretarán los resultados de la encuesta dirigida a la comunidad. La conclusión es basada en la síntesis de los resultados sustentados por el análisis de los datos. Las recomendaciones son pertinentes para modificar y mejorar la comunicación de los habitantes de esta comunidad con el GAD Parroquial de Anconcito.

Cuestionario dirigido a los habitantes de la Parroquia Anconcito.

1. ¿Conoce usted qué es la comunicación organizacional?

Objetivo: Conocer qué tan familiarizados están con el concepto de comunicación organizacional los habitantes de esta comunidad.

Tabla 18

Si	308
No	23
Algo	56
Total	387

Gráfico 18



Análisis: En esta pregunta el 80% de las personas encuestadas manifiestan que sí tienen conocimiento sobre qué es comunicación organizacional, un 14% comenta que conoce algo del tema, mientras un 6% desconoce del mismo.

Interpretación: Del 100% de los encuestados nos damos cuenta con satisfacción que el 80% sí está familiarizado con el concepto de comunicación organizacional y un 14% algo conocen del tema, mientras que en menor porcentaje de un 6% no conocen de qué se trata. Por tal razón, si la mayoría de la población conoce qué es la comunicación organizacional, entonces, hay que seguir fortaleciendo este tema para que permanezcan en todos ellos y de esta forma se encuentren comunicados con las organizaciones que existen en esta localidad.

2. ¿Considera usted que la comunicación organizacional es importante dentro y fuera de las organizaciones?

Objetivo: Determinar para los habitantes que tan importante creen que es la comunicación organizacional.

Tabla 19

Siempre	181
A veces	28
Nunca	0
Total	209

Gráfico 19



Análisis: En esta interrogante la mayoría de personas encuestadas consideran que la comunicación organizacional es importante dentro y fuera de las organizaciones para que exista una comunicación eficaz.

Interpretación: Con esta pregunta se determina que el 87% de los individuos piensan que la comunicación organizacional es muy importante, un 13% piensa que sólo a veces resulta importante. Mediante estos resultados es considerable que se mantenga una comunicación organizacional en todas las instituciones, para que de esta manera se conserven comunicados dentro y fuera de las mismas y así haya más eficacia en las actividades que se ejecuten.

3. ¿Las relaciones que existen entre una organización y sus públicos son importantes?

Objetivo: Conocer si los habitantes de la comunidad de Anconcito piensan si las relaciones que existen entre una organización y sus públicos son de real importancia. **Tabla 20**

Si	379
No	2
A veces	6
Total	387

Gráfico 20



Análisis: El resultado obtenido en esta pregunta con respecto a las relaciones que existen entre una organización con sus públicos es notoria, ya que las personas encuestadas en un 97% consideran que sí es importante que exista esta relación.

Interpretación: Como podemos interpretar el 97.9%, piensa que las relaciones entre la organización y su público son muy importantes, y un 1.6% cree que a veces es importante y un 0.5% creen que no es significativo esa relación. A través, de este resultado se manifiesta que las relaciones que existen entre las organizaciones y sus públicos son importantes para la comunidad, debido a que en ellos se les haría más fácil conocer lo que se está trabajando.

4. ¿Conoce de qué manera influye la comunicación en una organización con sus habitantes?

Objetivo: Determinar si los habitantes del sector conocen la influencia de la comunicación organizacional.

Tabla 21

Si	289
No	41
A veces	57
Total	387

Gráfico 21



Análisis: Mediante la respuesta de esta interrogante por esta población, un 75%, tiene claro de qué manera influye la comunicación en una organización con los habitantes.

Interpretación: Determinamos que el 75% de los encuestados conocen la manera de cómo influye la comunicación en una organización, un 15% no tienen un concepto claro y el 10% no conoce la manera que influye. Con este porcentaje se conoce que los habitantes de esta parroquia conocen de qué manera influye la comunicación en una organización; donde, se puede decir, que mediante esto, la población se llega a enterar de lo que acontece a su alrededor.

5. ¿Piensa usted que la buena imagen de una organización es gracias a la difusión de sus actividades?

Objetivo: Determinar si los habitantes del sector creen que la buena imagen de la organización se debe a las actividades y su difusión.

Tabla 22

Si	380
No	4
A veces	3
Total	387

Gráfico 22



Análisis: Mediante los resultados obtenidos en esta pregunta un 98% de las personas encuestadas entienden que la buena imagen de una organización, es gracias, a la difusión de sus actividades, donde es, prácticamente, notorio su aceptación.

Interpretación: Claramente, se logra interpretar que un 98% de la muestra piensa que la buena imagen de una organización, siempre se deberá a sus actividades y difusión de la misma, mientras que el restante de la muestra no sabe o piensa que no, necesariamente, se debe a dichas condiciones. A las personas a quienes se encuestó manifestaron en su mayoría que la buena imagen de una organización es gracias a la difusión de sus actividades, por lo tanto se debe de realizar la difusión de actividades que realiza el gobierno local.

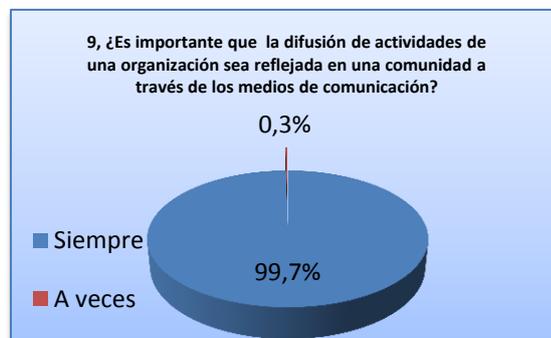
6. ¿Es importante que la difusión de actividades de una organización sea reflejada en una comunidad a través de los medios de comunicación?

Objetivo: Determinar si los habitantes de la comunidad creen que se debe mostrar en los medios las actividades que realiza la organización.

Tabla 23

Siempre	386
A veces	1
Total	387

Gráfico 23



Análisis: En evidente que, a las personas encuestadas de esta muestra que es su mayoría; es importante que las actividades que realiza una organización sea reflejada a través de los medios de comunicación, para que se dé una comunicación efectiva.

Interpretación: Claramente, se logra visualizar que casi en su totalidad, es decir, un 99.7% está de acuerdo que todas las actividades que realiza la organización debe de ser reflejada en los respectivos medios de comunicación y un 0.3% sostiene que a veces. En esta pregunta es notorio que la población encuestada prefiere que las actividades que están realizando sus representantes lo den a conocer a través de los medios de comunicación para que de esta forma se pueda conocer todo lo que están realizando.

7. ¿Considera importante la existencia de un Departamento Comunicacional en toda institución?

Objetivo: Determinar si el público considera importante la existencia de un departamento de comunicación en las instituciones.

Tabla 24

Si	375
No	5
No sabe	7
Total	387

Gráfico 24



Análisis: En esta pregunta que se realizó a las personas de esta muestra consideran de suma importancia la existencia de un departamento de comunicación en todas las instituciones, para que de varias formas ayuden a sus usuarios, dando a conocer los trabajos efectuados por el mismo.

Interpretación: Vemos que un 97% de la muestra considera que es de mucha importancia la existencia de un departamento comunicacional en toda Institución, mientras que el 3% restante no sabe o no cree de la importancia de tener dicho departamento. Mediante, este resultado se da a conocer que las personas encuestadas creen que todas las instituciones deben organizar o tener, un departamento comunicacional, para de esta manera, poder informarse de lo que deseen con respecto a la organización.

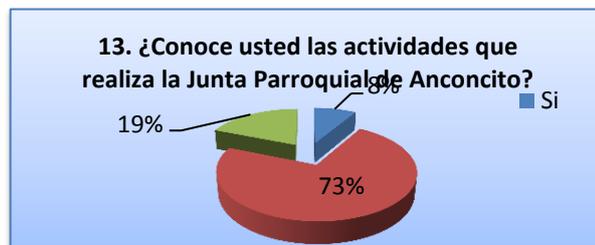
8. ¿Conoce usted las actividades que realiza la Junta Parroquial de Anconcito?

Objetivo: Investigar si los habitantes del sector están al día con las actividades que se realizan en la comunidad.

Tabla 25

Si	33
No	281
A veces	73
Total	387

Gráfico 25



Análisis: En esta interrogante que se le hizo a esta muestra, en su mayoría con un 73%, dieron a conocer que no conocen las actividades que realiza la Junta Parroquial de Anconcito, mientras un 19%, a veces, conocen lo que realiza su gobierno local.

Interpretación: Se determina que el 8% sí conocen las actividades que se realizan en la parroquia, un 19% no las conoce todas y un 73% no conoce ninguna; es decir, que la mayor parte de los habitantes no están informados de las actividades de la zona. Mediante, el mayor porcentaje sobre esta pregunta se puede deducir que las personas a quienes se encuestó no conocen las actividades que está realizando el gobierno local, por lo que es necesario que se realicen métodos de comunicación para que se mantengan informados.

9. ¿Cree usted que la Junta Parroquial de Anconcito mantiene una buena relación de comunicación con su comunidad?

Objetivo: Verificar la relación que existe entre la Junta Parroquial de Anconcito y su comunidad.

Tabla 26

Siempre	55
A veces	325
Nunca	7
Total	387

Gráfico 26



Análisis: En esta pregunta se puede distinguir que la muestra de esta comunidad considera que, a veces, la Junta Parroquial de Anconcito mantiene una buena relación con la comunidad.

Interpretación: Vemos que un 2% de la muestra cree que no existe una buena relación entre la Junta y su comunidad, mientras que el 14% cree que sí hay una relación estrecha y un 84% piensa que a veces existe buena relación y a veces no la tienen. Con este mayor porcentaje se deduce que la población cree que a veces el gobierno local mantiene una buena comunicación con su población.

10. ¿Qué sugeriría usted a la Junta Parroquial para qué fortalezca la comunicación con la comunidad?

Objetivo: Determinar un tipo de sugerencia de los habitantes para mejorar la comunicación entre la Junta Parroquial y su comunidad. **Tabla 24**

Talleres	157
Reuniones	109
Mesas redondas	6
Publicidad	32
Charlas	83
Total	387

Gráfico 27



Análisis: En esta interrogante realizada a la muestra de esta parroquia, dan a conocer que para que se fortalezca la comunicación entre la Junta Parroquial de Anconcito y la comunidad, decidieron con un 41%, en que se realicen talleres informativos, un 28%, sólo desea que se den reuniones en cada sector barrial.

Interpretación: Vemos que un 41% está de acuerdo que se debería realizar más talleres, un 28% dice que se den más reuniones, un 21% que se den más charlas, un 8% más publicidad y un 2% más mesas redondas. Vemos que a excepción de la mesa redonda el resto de actividades según los habitantes del sector deberían aumentar en sus ejecuciones. Entre las opciones mayores elegidas por las personas encuestadas se determina que realicen talleres, reuniones y charlas y de esta manera, se pueda dar una comunicación efectiva entre la comunidad y el gobierno local.

4.5. Conclusiones y recomendaciones

Con base a las encuestas realizadas tenemos como conclusión que en la parroquia Anconcito existe la falta de comunicación organizacional entre sus autoridades y habitantes; además, se establece, considerando el resultado de las encuestas, que la comunicación que existe está en un punto regular.

Debido a esto, se debe de mejorar mucho con la poca comunicación que existe entre el GAD Parroquial de Anconcito y la población, en general, para que de cierta manera puedan conocer los habitantes todas las actividades que están realizando sus autoridades.

Además, se puede decir, que los habitantes de esta comunidad no tienen una buena imagen de sus autoridades y desde este punto fundamental nace la poca importancia de saber lo que está sucediendo en su entorno con base a los trabajos efectuados.

También, se sobrentiende, que las personas de esta localidad consideran que se necesita implementar varios métodos de comunicación, por parte de sus gobernantes, para que exista una buena relación en todos los que forman parte de la comunidad, en general.

Mediante, todo este proceso de investigación, se puede decir, que la comunicación organizacional entre sus componentes es fundamental, por lo que, se requiere que se utilicen varios métodos de comunicación y de esta manera, se establezca una buena relación con la comunidad en general.

Lo que se recomienda al GAD Parroquial de Anconcito para que mantenga una buena relación con su público; en primer lugar, es fortalecer la comunicación interna con los que constituyen parte de él, después, se recomienda implementar métodos de comunicación como spot publicitario, charlas informativas, y realizar más publicidad, para que de este modo, den a conocer los diversos trabajos que se están ejecutando en toda la población.

Estos métodos de comunicación que se deben de ejecutar, deberán ser de manera clara, precisa y concisa y que, a la vez, sean difundidos en toda la comunidad; esto va de acuerdo a las estrategias que se implementen, para que, de esta forma, se den a conocer y se haga llegar a cada uno de los hogares de Anconcito con los trabajos que se están desarrollando en su entorno.

También, se recomienda fomentar la comunicación con la población a través de talleres informativos, y que los mismos no sólo sean con los Representantes barriales, se recomienda que sea en cada uno de los barrios que forman parte del él, con sus respectivos habitantes y de esta manera, se puede tener mejores resultados con la falta de comunicación y relación que existe entre ambos.

Hay que recordar que la buena relación entre un gobierno local y su comunidad es gracias a la comunicación que existe entre ambos y que de cierta forma es importante que se dé, y así, las comunidades puedan permanecer en armonía con todas las personas que forman parte de esta dependencia.

4. CAPÍTULO IV

4.1. LA PROPUESTA

4.2. Título

Creación de un boletín informativo impreso cuyo título es “INFÓRMATE ANCONCITO” y subtítulo con el nombre del GAD Parroquial de Anconcito, como estrategia comunicacional para los habitantes de esta parroquia.

4.3. Introducción

Después de realizar la investigación, como parte del trabajo de titulación, en la parroquia Anconcito, sobre el tema “La comunicación organizacional y su determinación en la difusión de actividades del GAD Parroquial de Anconcito 2013 - 2014”, se obtuvieron resultados determinantes en relación a que no existe una buena comunicación entre los habitantes de este sector y el gobierno local, por tal motivo, es necesario, realizar productos comunicacionales que coadyuven a mantener informados a la población; es así que, se decidió la creación de un boletín informativo denominado “INFÓRMATE ANCONCITO”.

4.4. Justificación

El proyecto denominado “INFÓRMATE ANCONCITO”, será un boletín informativo cuya finalidad es facilitar la difusión de las actividades realizadas por el GAD Parroquial de Anconcito, el cual contendrá contenidos de trabajos y actividades realizadas por esta entidad, y cuya circulación será cada mes.

Con la creación del boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO” y subtítulo con el nombre del Gobierno local, se logrará fortalecer la relación entre los habitantes y las autoridades de GAD Parroquial de Anconcito.

De acuerdo, al trabajo de investigación que se realizó a los habitantes de esta población, será en beneficio para todos los ciudadanos, incluyendo a la Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos, Registro Civil, Centro de Salud, Tenencia Política, Supervisión Municipal e Instituciones Educativas, religiosas, deportivas y culturales.

El resultado que se obtendrá de la propuesta, será un cambio situacional con la población respecto a la comunicación y que permita establecer las buenas relaciones entre el Gobierno Parroquial y los habitantes del sector. También, contiene lo necesario y requerido para que sea ejecutado.

El trabajo es pertinente, debido a que es adecuado para toda Institución mantener una efectiva y estable comunicación con las personas con las cuales se relaciona.

4.5. Diagnóstico

Una vez culminado el proceso de investigación en la parroquia de Anconcito, los resultados apuntan a que se debe de implementar estrategias comunicacionales para que los habitantes de este sector conozcan los trabajos que se están realizando en beneficio de ellos.

Por tal razón, se elaborará el boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO”. El proyecto hará que los habitantes de esta parroquia cuente con una oportuna, pertinente y efectiva información sobre las actividades que realiza el GAD Parroquial de Anconcito, ya que en la actualidad esta organización no cuenta con un medio de comunicación propio, que facilite la difusión de sus trabajos emprendidas.

Algo que se logró observar en el proceso de investigación, es la falta de un departamento de comunicación, área que es necesaria en toda entidad, por lo cual, se concluyó que es una de las causas para que se origine el desconocimiento de las actividades realizadas, lo que ocasiona una desinformación en los habitantes.

Con base al trabajo realizado a través de encuestas, se logró conocer que los habitantes de esta comunidad necesitan estrategias de comunicación que permitan difundir las actividades que se ejecutan.

4.6. Fundamentación teórica de la propuesta

De acuerdo, con lo que expresaba, Antonio Pasquali, la comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. Dentro de esta línea, la creación de un boletín informativo impreso, en la parroquia de Anconcito, pondrá en práctica la interacción entre las autoridades de gobierno local con la comunidad, haciendo fluir la comunicación en doble vía.

Además, Jerald Gutenberg (1996), define a la comunicación como un proceso que se da entre las personas que están en el acto, cuyo objetivo es intercambiar información que, de alguna forma, quede entre ellos un extracto de todo lo que se ha socializado. Por tal razón, es impredecible sustentar que, a través de la comunicación, las personas pueden dar a conocer su mensaje a grandes masas de personas con el solo hecho de hablar.

4.6.1. Filosófica

En el libro de Villanueva, Erick Torrico "Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación", el filósofo Platón, manifestó que la comunicación es como un hecho social donde se desarrolla al mismo tiempo la especie humana, en consideración con las apreciaciones de antropologías. Por esta razón, es necesario que se cristalice el proyecto denominado "INFÓRMATE ANCONCITO", debido

que en esta localidad la tasa poblacional va en aumento, por lo que, el gobierno local requiere diseñar estrategias comunicacionales, a efectos de llegar a los ciudadanos con la información de las actividades que se realizan para el beneficio y desarrollo de la comunidad.

4.6.2. Pedagógica

En la vida diaria las comunicaciones pueden ser eficaces, dando lugar a intercambios productivos o ineficaces.

La comunicación interpersonal es un proceso en el que se integran distintas capacidades de respuesta (entre ellas, verbales, no-verbales, perceptivas, cognitivas, etc.) que pueden ser aprendidas y/o modificables mediante el entrenamiento. Es así que, la comunicación para que pueda convertirse en elemento dinamizador y generador de procesos de innovación, es importante que ésta exista.

Dentro de este contexto, es importante que se implemente el boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO”, para que se logre educar y, a la vez, comunicar a la comunidad de Anconcito, con base a las actividades que la organización ejecuta.

4.6.3. Psicológica

Los teóricos conductistas brindaron en su época y en su momento, valiosos aportes a la Educación. Muchos de sus estudios aún en nuestros días cobran vigencia, entre ellos, tenemos: a Piaget, Bandura, Bruner y otros. Ellos se preocuparon por la conducta del hombre y cómo influye en el aprendizaje. En relación con el aprendizaje, dichas teorías tienen en cuenta el proceso implicado en la adquisición de los conocimientos y las interacciones que se producen entre los diferentes elementos del entorno.

Con la creación del boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO”, cuyo título será el nombre del gobierno local, será posible conocer la conducta y reacción de los ciudadanos referente a la efectiva comunicación sobre las actividades que genera el GADP de Anconcito, ya que se reflejará en los habitantes su comportamiento, la capacidad de interpretar, actitudes corporales, aprendizaje y su lenguaje con base a la comunicación.

4.6.4. Sociológica

El lenguaje desde una representación sociolingüística no sólo es un propósito, sino que, gracias a los filósofos, quienes invaden desde una apariencia de la corrección en la utilización de su habla, también, intervienen en la sociología de la comunicación, esto lo afirma Maximiliano Fernández, (2010), en su artículo denominado “Tradición y estudios actuales de la sociología de la comunicación”.

Dentro de esta línea de pensamiento, se puede afirmar que la información que difundirá el gobierno local cumplirá con la comunidad en mantenerla enterada sobre los dinamismos que realizan, es decir, que los habitantes de la parroquia Antoncito, entre otras cosas, mantendrán una buena comunicación con su autoridad, lo cual llenará esas expectativas y harán de ellos agentes de transformación y mediadores de lo que se requiera en su entorno.

4.6.5. Educativa

“Una sociedad informada es una mejor sociedad; una sociedad protegida, una sociedad capaz de tomar decisiones”. Ante esta máxima, salta el tema del acceso a la información pública, fundamental para mejorar la calidad de la democracia, pues, a partir de ella, emanan otros valores democráticos como la rendición de cuentas y la libertad de expresión.

Todos los ciudadanos tienen derecho a transmitir, intercambiar y producir información veraz, siempre y cuando tengan una responsabilidad, además, pueden acceder a la información, libremente, en entidades públicas, con el único fin de conocer lo que está sucediendo en beneficio de todos. El boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO”, se enmarca y cumple en la tarea de informar, orientar y educar a los moradores de la parroquia de Anconcito, lugar, objeto del estudio.

4.6.6. Legal

La Constitución del Ecuador en la Sección tercera; Comunicación e Información, en el Art. 16, establece que todos los ciudadanos tienen derecho a una comunicación libre en cualquier ámbito y a la vez hacer parte de ella, también permite tener el acceso a las nuevas tecnologías y de cierta forma mantenerse informados, asimismo se deben de vincular con las personas que tienen capacidades especiales.(Constitución, 2008)

La propuesta de la creación de un boletín informativo, hace énfasis en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador; Capítulo II; Derechos a la comunicación; en las secciones I y II, de los artículos 17 y 38, el cual recalca sobre los derechos a la libertad de expresión, donde la comunidad tiene la potestad de expresarse y opinar, libremente, en el medio que desees teniendo presente la responsabilidad que se adquiere, además, recalca los derechos a la participación ciudadana en el derecho de organizarse, libre, a fin de incidir en la gestión de los medios públicos y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación.(LOC, 2013).

Con base a estos artículos, se cumple el propósito del proyecto, que es el de mantener informados, a los habitantes de la parroquia de Anconcito, sobre los trabajos que realiza el gobierno local a través del boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO”.

4.7. Objetivos de la propuesta

4.7.1. Objetivo general

Implementar un órgano de difusión oficial de las actividades del GAD Parroquial de Anconcito.

4.7.2. Objetivos específicos

- Identificar y jerarquizar las actividades que se van a dar a conocer a la ciudadanía.
- Recopilar información necesaria para el diseño del boletín informativo.
- Coordinar acciones con los directivos del GAD Parroquial y la comunidad de Anconcito, para la implementación del boletín informativo.

4.8. Factibilidad de la propuesta

4.8.1. Financiera

El siguiente cuadro plantea los valores económicos que se deben invertir para la aplicación del proyecto, detallando los equipos tecnológicos e impresión con sus respectivos precios.

Cantidad	Valor unitario	Valor
1	Cámara Fotográfica	\$ 650
1	Computadora	\$ 850
1	Escritorio	\$ 75
1	Silla	\$ 30
1	Grabadora de audio	\$80
1	Modem	\$ 28
1	Impresora	\$150
100	Hojas de papel couche	\$100
	Total	\$ 1.963

Este financiamiento se lo realizará a través del presupuesto anual que recibe el GAD Parroquial de Anconcito del Gobierno Central. De esta forma, se cristalizará el proyecto que es de vital importancia para la organización. Además, se podrá difundir por los medios de comunicación masivos de la provincia al igual que por las redes sociales.

Hay que mencionar que los \$1963 dólares, serán el valor inicial para iniciar con la creación del boletín informativo en la adquisición de equipos tecnológicos. Mensualmente, sólo se invertirá \$ 100 dólares por concepto de la compra de hojas de papel couché y \$ 28 por el pago de internet.

En la presentación de este producto se debe mencionar los aspectos importantes del boletín informativo:

Misión.-Mantener informada a la comunidad de la parroquia Anconcito, a través del boletín informativo que incluirá las actividades de mayor importancia y trascendencia.

Visión.-En un lapso de 2 años trascender de la zona objetivo de estudio, a toda la provincia de Santa Elena.

Objetivos

- Informar sobre las actividades realizadas en beneficio de la comunidad.
- Fomentar los valores morales que rigen un boletín informativo, como medio responsable, objetivo, honesto y serio.
- Impulsar una comunicación efectiva entre el GAD Parroquial de Anconcito y la comunidad, en general.

4.8.2. Legal

Referente a lo legal, para el desarrollo de este Proyecto se lo establece en el artículo 16, 18 y 19 de la Constitución de la República del Ecuador; en la Sección tercera; Comunicación e Información que se refiere a lo siguiente:

En el Art. 16, estipula que los ciudadanos tienen la potestad de mantener una comunicación, al igual, la oportunidad de acceder a la información y ser protagonista de las nuevas tecnologías con el fin de ser los responsables de sus

actos y que además, existe un privilegio para las personas con discapacidades en realizar lo mismo.

El Art.18, manifiesta que los ciudadanos tienen el derecho de mantenerse comunicados y difundir cualquier tema de interés personal manejando la responsabilidad sobre el tema tratado, además, tienen derecho a acceder de manera libre a la información que emiten las entidades públicas como privadas manejadas por el Estado.

En el Art. 19, es necesario, que los medios de comunicación brinden el espacio que se requiere para emitir información de los contenidos informativos, educativos y culturales, por lo cual, es importante que los gobiernos locales accedan a este espacio para difundir sus actividades que ejercen en beneficio de una comunidad.

Se hace énfasis en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador; Capítulo II; Derechos a la comunicación en las secciones I y II que da a conocer lo siguiente:

En la sección I del artículo 17 menciona sobre el derecho a la libertad de expresión, donde la ciudadanía tiene derecho de hablar de varios temas de manera organizada quedando en responsabilidad personal sobre lo que han opinado; también, en la sección II del artículo 38, sobre los derechos a la participación la ciudadanía está en la potestad de participar en las reuniones con la intención de incidir en la gestión de los medios de comunicación con el fin de que se establezca una efectiva comunicación. (LOC, 2013)

4.8.3. Técnica

Este trabajo se mantendrá a través de las destrezas de redacción, diagramación y capacitaciones que se realicen al personal encargado del proyecto para que se mantengan informados sobre las nuevas herramientas de comunicación.

El seguimiento del proyecto será responsable el GAD Parroquial de Anconcito y los veedores será la comunidad, en general

4.8.4. De recursos humanos

Este proyecto contará con el personal conformado por los funcionarios del GAD Parroquial de Anconcito. Para este fin, se requerirá dar capacitaciones en temas de comunicación social con las áreas que a continuación se detalla: Diagramación, también llamada maquetación que ayuda a organizar en un espacio, contenidos escritos en medios impresos; Relaciones Públicas, acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en las mismas en acciones presentes y futuras.

Los vocales de este gobierno local, serán los que aporten con ideas respecto a lo que se debe publicar al igual que sean los testigos y partícipes de todo el proceso de capacitación.

N°	Participantes	Cargo
1	Walter Suárez Alfonzo	Coordinador
2	Walter Suárez Alfonzo	Capacitador
3	Empleados del GAD de Anconcito	Integrantes
4	Vocales del GAD de Anconcito	Integrantes

4.9. Descripción de la propuesta

El trabajo final tiene como propósito fortalecer la difusión de actividades entre el GAD Parroquial de Anconcito y la comunidad, mediante la creación el boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO” y subtítulo el nombre del gobierno local. Se aspira que, a través de esta propuesta la ciudadanía conozcan los trabajos realizados que ejecuta la entidad, siendo un instrumento clave para llegar a cada uno de los habitantes.

Algo más que se puede ejecutar, es recopilar lo necesario para actualizar la información en las redes sociales que posea el GAD Parroquial de Anconcito, debido a que el Internet se ha convertido con base fundamental en la sociedad. Esta propuesta se encuentra bajo la orientación de comunicación como elemento primordial que debe de existir en cada organización, debido a que no consta una comunicación efectiva con la colectividad.

4.9.1. Aspectos de la propuesta

El boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO” será elaborada en tres hojas formato A4, distribuido en 6 carillas que tendrán la portada, contraportada y en la parte interna con colores, distinguidas por secciones con base a los trabajos que se realizan. Además, tendrán sus respectivos márgenes cuidando la estética el trabajo, donde se utilizará letra arial 12 en su redacción y en sus titulares 14 y para la respectiva portada su utiliza las letras cooper black, Berlin Sans FB Demi y Bernard MT Condensed.

A continuación, se detalla la estructura del boletín informativo “INFÓRMATE ANCONCITO” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito).

- Portada
- Comunidad
- Cultura
- Convenios
- Deportes
- Contraportada

Portada.-Se resaltarán el nombre del boletín en conjunto con la entidad que lo emite, además, llevará los títulos de las noticias más importantes que se realizaron en cada mes precedido de sus respectivas fotografías y pie de foto, acompañado del número de la páginas donde se amplía la información, de igual manera, pero, con dimensiones más pequeñas se ubicarán las noticias restantes.

Comunidad.- Aquí se publicarán las noticias más importantes que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito realiza en beneficio de la población recalando que irán con su respectiva fotografía y su pie de foto.

Cultura.- En este espacio contará la publicación sobre la información de lo relevante en el ámbito cultural que se realiza en la comunidad debido a que esta organización apoya a la juventud que se dedica en esta área.

Convenios.- En esta parte se ampliará la información sobre los convenios que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito adquiere con la comunidad y con las diferentes Instituciones gubernamentales y no gubernamentales que se encuentran en la comunidad, sean estas nacionales e internacionales.

Deportes.- Sección que se resalta lo deportivo como los campeonatos que se realizan en esta población.

Contraportada.- Es muy similar a la portada, con la diferencia que en ella se colocará los datos principales del GAD Parroquial de Anconcito, considerando varios temas de lo que se va a realizar.

4.10. Impacto

El impacto que se obtendrá con base a este boletín informativo denominado “INFÓRMATE ANCONCITO” y subtulado como GAD Parroquial de Anconcito son los siguientes:

- El GAD Parroquial de Anconcito dará a conocer sus actividades realizadas a 11822 habitantes de la parroquia.
- Conocimiento en los habitantes sobre las actividades que realiza el gobierno en su entorno.
- Plan como sustento de trabajo para nuevas personas en esta área.
- Comunicación efectiva entre los implicados en el tema.

Boceto del boletín informativo:

BOLETÍN

INFÓRMATE ANCONCITO

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Anconcito
N° 1 SEPTIEMBRE - OCTUBRE - 2014 www.gadanconcito.com

Presidente del GADP ayuda con materiales de construcción para adulta mayor.



La señora Margarita Suárez, adulta mayor del barrio Bellavista de esta localidad junto al presidente del gobierno local Edwin Rojas García, realizando la respectiva entrega de materiales de construcción que serán de importante ayuda para que viva en mejores condiciones.

Lugares que puedes visitar en Anconcito.



Anconcito cuenta con más sitios turísticos para la acogida de los que visitan estas tierras.

Comunidad
Minga de limpieza en la comunidad.



En varios sectores de la comunidad se realizó la minga de limpieza por parte del gobierno local y la comunidad.

Convenios
Taller sobre líneas de créditos.



Este plan busca dar a conocer el cambio de matriz que el Gobierno está realizando para la ciudadanía.

Cultura
Adultos culturizándose con redes sociales.



El Infocentro es otro de los espacios que posee el gobierno local para capacitar adultos de esta comunidad.

Deportes
Mantenimiento para el estadio El Dorado.



El gobierno local realizó la entrega de varios sacos de urea y material de construcción para el estadio.

BOLETÍN INFORMATIVO

INFÓRMATE ANCONCITO

N° 1 AGOSTO - SEPTIEMBRE - 2014 www.gadanconcito.com

Comunidad

Minga de limpieza en varios sectores de la parroquia.



Moradores y trabajadores del Gobierno local se hicieron presentes en esta jornada de trabajo.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito en coordinación con presidentes barriales y habitantes de varios zonas, realizaron una minga de limpieza, en varios sectores vulnerables de la comunidad, cuya finalidad fue concienciar a las personas que habitan en estos sectores sobre la importancia de cuidar el medio ambiente en el que viven, para cuidar la imagen que posee la parroquia de Anconcito y a la vez llame a atención de más turistas.

Otro punto que se destacó de esta minga de limpieza son los beneficios que se obtienen al reciclar todos los materiales que se desechan en estas áreas y también conocer cuáles son los perjuicios que causan ellos. A todos estos sectores de limpieza estuvieron presentes el señor Edwin Rojas García presidente, los vocales principales y trabajadores del Gobierno local, también se contó con la ayuda de moradores de esta comunidad, que daban el realce a este trabajo.

Nuevas luminarias en varios sectores de Anconcito.



En coordinación con la delegación del CNEI se realizó la colocación de las luminarias.

Cumpliendo con la comunidad el Gobierno parroquial, directivas barriales y la Corporación Nacional Eléctrica realizaron las ubicaciones de luminarias en los barrios Twirlza, Carmen Buchelli, Luis Cálleri, San Vicente, Dorado, Paraíso, Manabí, Luis Cadena con el fin de resguardar la seguridad.

Ayuda de materiales de construcción para adulta mayor.



Planchas de zinc y bloques fue la ayuda que recibió la adulta mayor.

Con gran alegría la sra. Margarita Suárez, adulta mayor del barrio Bellavista, recibió la ayuda de materiales de construcción, por parte del sr. Edwin Rojas presidente del GADPR, esto se dio después del levantamiento de información en campo realizado por las técnicas de los proyectos que ejecuta esta dependencia.

Taller informativo para dirigentes de la parroquia.



Dirigentes barriales de esta comunidad se preparan en tan importante taller.

En el auditorio de GADPR, se efectuó el taller informativo grupo gestor y la importancia de las asambleas ciudadanas. Donde se dio a conocer la importancia y responsabilidad que tienen las asambleas locales ciudadanas, en lo que respecta a sus funciones, previo a la actualización del FDOT de Anconcito.

Brigada de cedulación para los estudiantes de Anconcito.



El auditorio del GADPR de Anconcito fue el escenario para la respectiva cedulación.

En las instalaciones del gobierno local se efectuó la brigada de cedulación para los estudiantes de los establecimientos educativos y la ciudadanía, en esta jornada de trabajo contó con miembros de digitación y cedulación del Registro Civil provincial, y las autoridades principales de esta entidad.

5. Conclusión

Este trabajo de investigación está basado en el estudio sobre la comunicación organizacional y su difusión de actividades en la organización del gobierno local de la parroquia Anconcito. Trabajo que se realizó con base a la falta de comunicación que existía entre los autores principales de este tema y que después de su proceso de recabar información sobre los teóricos y autores principales en comunicación organizacional se pudo constatar su importancia en una institución.

Para esto, se estableció fortalecer la comunicación a través del resultado obtenido con respecto a las escuetas dirigidas a los habitantes de este sector. Este instrumento de investigación lanzó con un 87% de la población consideraba que es importantes la comunicación organizacional dentro y fuera de las instituciones, al igual, que en un 98% manifestó que la buena imagen de la comunicación es gracias a la difusión de las actividades que realiza cada organización.

Además, un 97% de los ciudadanos mencionó que es considerable la existencia de un departamento de comunicación en todas las instituciones y que recalcan en el 73% en que no conocen las actividades que realiza el GAD Parroquial de Anconcito y mediante un 84% considera que a veces el gobierno local de Anconcito mantenía una buena relación con la población y un 41% desean que se implementen talleres informativo, por tal razón se vio la necesidad de realizar estrategias comunicativas para llegar a la comunidad con los trabajos efectuados por el gobierno local.

La meta que se estableció después de conocer este estudio y que constituye en realizar un boletín informativo llamado “INFÓRMATE ANCONCITO”, subtítulo con el nombre del GAD Parroquial de Anconcito, que tiene como propósito publicar las más destacadas noticias sobre las actividades realizadas por esta entidad distribuida en las secciones de comunidad, cultura, deportes y convenios que se realizan a diario en esta parroquia.

Por lo anterior, se concluye que la comunicación efectiva de una organización se la obtiene a través de la difusión de actividades que emprendan las estructuras conociendo las estrategias comunicativas que se requieren implementar para poder llegar a su públicos objetivos. Por tal razón, se realiza a elaboración de este medio de comunicación denominado boletín informativo con el nombre de “INFÓRMATE ANCONCITO”, cuyo propósito es mantener informados a la comunidad con las publicaciones que, mensualmente, se harán debido en que la comunicación organizacional es fundamental en todas las organizaciones debido al papel que desempeñan en una sociedad, por tal razón, es importante conocer cuál es su rol en una entidad.

6. Recomendaciones

En esta localidad, existe una problemática enmarcada en la desinformación de las actividades que ejecutan el GAD Parroquial de Anconcito, lo que ha ocasionado un desinterés por parte de la comunidad, generando un desconocimiento total sobre los trabajos ejecutados en bienestar de todos lo que conforman parte de esta localidad.

Dentro de este contexto, salta a la vista la necesidad de emprender un trabajo investigativo con base a la falta de comunicación que existe entre la localidad y gobierno local, donde los representativos de esta dependencia pueden hacer mejoras para surgir en su desarrollo llenando las expectativas de cada persona.

Después de haber finalizado con el proceso de investigación en el trabajo sobre la Comunicación Organizacional y su determinación en la difusión de actividades del GAD Parroquial de Anconcito y posteriormente, haber dado una solución con la respectiva propuesta para el mismo se deben de emprender varias tácticas.

Con respecto a este tema de suma importancia para esta organización, es necesario que se utilice estrategias comunicativas que fortalecerán de manera efectiva la comunicación con las personas de esta comunidad, y que a la vez generara una buena relación entre ambas. Para efecto, se recomienda a esta entidad realizar varios métodos de cómo llegar a sus habitantes informando todo lo relacionado a las labores emprendidas y para ello se requiere hacer lo siguiente:

- Fortalecer la comunicación entre el gobierno local y la comunidad con esta estrategia comunicativa que consiste en la difusión del boletín informativo llamado “INFÓRMATE ANCONCITO”.
- Realizar talleres grupales en cada uno de los sectores barriales, dando a conocer los trabajos que realiza esta entidad para mantener una efectiva comunicación entre organización y comunidad.
- Emprender varias charlas informativas llenando ese espacio que necesitan los habitantes de esta población socializando los trabajos efectuados en la comunidad.
- Organizar más reuniones barriales, considerando que no solo sean con los presidentes, sino en cada sector barrial.
- Promover publicidad sobre los trabajos realizados en la comunidad por esta organización y difundirla en toda la población a través de estrategias comunicativas.

7. Bibliografía

- Aramayo, D. O. (2005). Manual de Planificación Estratégica. Chile: Universidad de Chile Instituto de la comunicación e imagen.
- Armijo, D. M. (2009). Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el sector Público. ILPES/CEPAL.
- Baillart, X. (2001). Innovación en la Gestión Pública y en la Empresa Privada. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Bisdwhistell, R. (Miércoles de Noviembre de 2013). www.csiio.edu.mx. Recuperado el 2013 de Noviembre de 2013, de Antropología de la Gestualidad : www.csiio.edu.mx
- Capriotti, P. (1999). Planificación Estratégica de la imagen corporativa. Barcelona.
- Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. Malaga - España: Instituto Investigativo en Relaciones Públicas.
- Castro, B. (2007). El auge de la comunicación corporativa. Sevilla: Creative Commons.
- Censos, I. N. (2010). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Santa Elena.
- Coloma, G. (2004). Empresa pública, privatización, regulación y competencia. Argentina : Universidad de CEMA.
- Comunicación, M. A. (Martes de Marzo de 2014). Mundo Administrativo-Comunicación. Recuperado el Martes de Marzo de 2014, de Mundo Administrativo-Comunicación: [hpp://mundoadministrativo-comunicación-concepto-e-importancia/](http://mundoadministrativo-comunicación-concepto-e-importancia/)
- Conceptos, D. d. (Jueves de Octubre de 2010). Infoplanificación. Recuperado el Martes de Marzo de 2014, de Infoplanificación:

http://infoplanificaci3n.blogspot.com/2006/09/definici3n-de-conceptos_13.html

Constituci3n. (2008). Constituci3n. Montecristi.

Cu3llar, G. B.-J. (1999). Planificaci3n Estrat3gica y Operativa. Quito: Ediciones Adya Yala.

Cultural, S. A. (2000). Enciclop3dico Universal Internacional. Madrid: MMVIII.

Definiciones. (Mi3rcoles de Abril de 2000). Concepto de comunidad. Recuperado el Martes de Maezo de 2014, de Concepto de comunidad: <http://concepto.de/concepto-de-comunidad/#ixzz31eS0u2Kd>

Gast3lum, R. G. (2007). Comunicaci3n y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas. Mexico: eumed.net.

Goldhaber, G. (1975). Comunicaci3n Organizacional. Mexico: Logos Consorcio Editorial.

Gortari, S. F. (1978). Hacia una comunicaci3n administrativa integral. M3xico: Trillas.

Greenberg, J. (1996). Managing Behavior in Organizations. Edici3n EUA.

Lammertyn, R. E. (1997). Relaciones P3blicas. Argentina: Estrategias y T3cticas de Comunicaci3n Integrada.

Lee, T. (1975). Comunicaci3n y Sistemas comunicacionales en las organizaciones. Ed. Península.

Le3n, F. R. (2006). Comunicaci3n estrat3gica para las organizaciones. QUITO: "Quipus"; CIESPAL.

LOC. (2013). Ley Org3nica de Comunicaci3n. Quito.

Mancera, A. M. (2006). La Comunicaci3n No Verbal y el estudio de su incidencia en fen3menos discursivos como la Ironía. Alaria: Libros Cestero.

Manucci, M. (2011). M3dulo Estrategia, t3ctica y acci3n de la maestria.

- Padilla, C. R. (1991). La comunicación un punto de vista organizacional. México: Trillas.
- Paz, V. G. (2012). Comunicación Organizacional. Mexico: Ma. Eugenia Buendia López.
- PBV. (2013). Plan Nacional para el buen vivir. Quito.
- Público, D. d. (Martes de Marzo de 2014). Definición de público. Recuperado el Martes de Marzo de 2014, de Definición de público: <http://definición.de/público/>
- Quintero, A. E.-J. (2013). El concepto de comunidad y el trabajo social. El concepto de comunidad y el trabajo social, 8.
- Robbins, S. (1998). Comportamiento Organizacional. México: Hall Prentice.
- T., F. C. (2003). Planificación Estratégica por problemas: Un enfoque participativo. Caracas: Instituto de Investigadores Sociales.

8. Anexos.

1. Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
TEMA

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU DETERMINACIÓN EN
LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES DEL GAD PARROQUIAL DE
ANCONCITO 2013 – 2014
ENCUESTA ASIGNADA A LA POBLACIÓN, EN GENERAL

Fecha:

Hora:

Sexo:

Masculino

Femenino

Edad

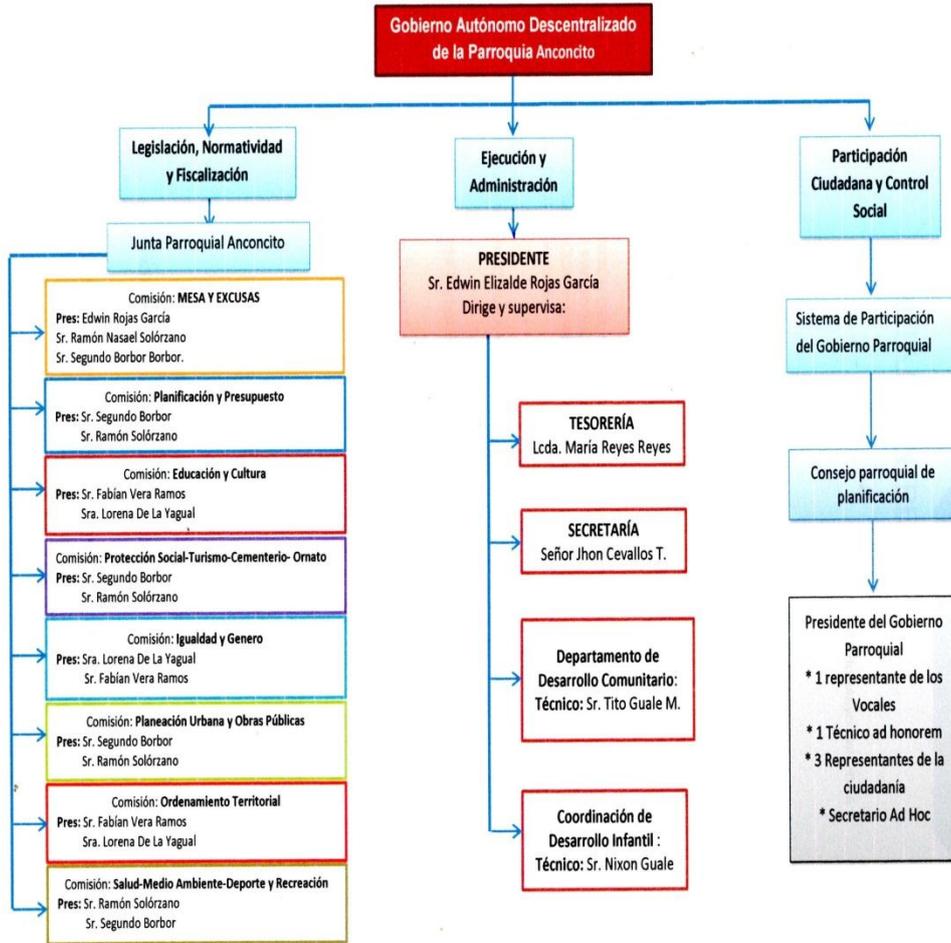
1. ¿Conoce usted qué es la comunicación organizacional?
Si
No
Algo
2. ¿Considera usted que la comunicación organizacional es importante dentro y fuera de las organizaciones?
Siempre
A veces
Nunca
3. ¿Las relaciones que existen entre una organización y sus públicos son importantes?
Si
No
A veces
4. ¿Cree usted que la relación que existe entre el público interno y externo de una organización es importante?
Siempre
A veces
Nunca
5. ¿Conoce de qué manera influye la comunicación en una organización con sus habitantes?
Si
No
A veces
6. ¿La comunicación interna y externa debe existir en todas las Juntas Parroquiales?
Siempre
A veces
7. ¿La planificación Estratégica es fundamental en un Departamento Comunicacional?
Siempre
A veces
No sabe
8. ¿Piensa usted que la buena imagen de una organización es gracias a la difusión de sus actividades?

- Si
- No
- A veces
9. ¿Es importante que la difusión de actividades de una organización sea reflejada en una comunidad a través de los medios de comunicación?
- Siempre
- A veces
10. ¿Es importante que las empresas públicas y privadas mantengan una buena relación con sus públicos?
- Si
- No
- A veces
11. ¿Considera importante la existencia de un Departamento Comunicacional en toda institución?
- Si
- No
- No sabe
12. ¿Cómo califica usted a la comunicación que existe entre la Junta Parroquial de Anconcito con la comunidad?
- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Deficiente
13. ¿Conoce usted las actividades que realiza la Junta Parroquial de Anconcito?
- Si
- No
- A veces
14. ¿Cree usted que la Junta Parroquial de Anconcito mantienen una buena relación de comunicación con su comunidad?
- Siempre
- A veces
- Nunca
15. ¿Qué sugeriría usted a la Junta Parroquial para qué fortalezca la comunicación con la comunidad?
- Talleres
- Reuniones
- Mesas redondas
- Publicidad
- Charlas

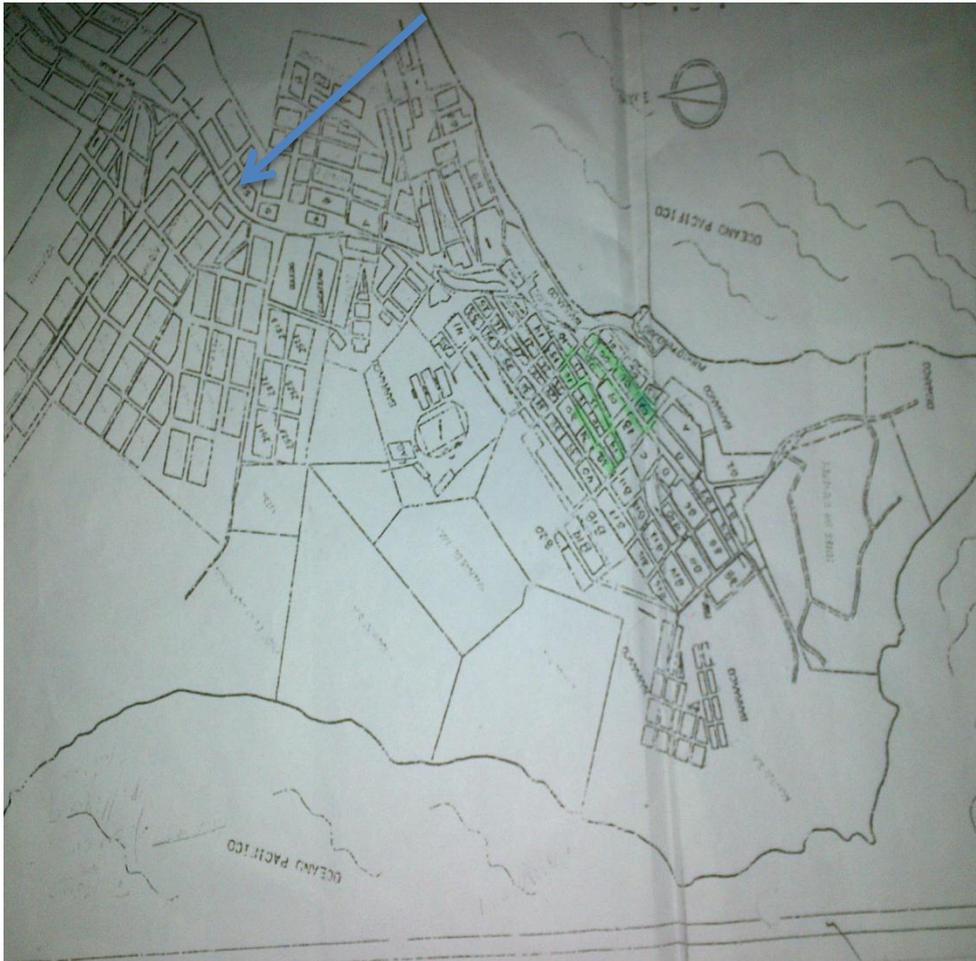
Responsable: Walter Suárez Alfonzo

2. Organigrama del GADPR de Anconcito

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA ANCONCITO
21/05/2014



3. Plano de la Parroquia Anconcito





Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

Fecha: 21 de junio del 2014

Sr. Fabián Vera Ramos
Tercer Vocal Principal del GAD Parroquial Rural de Anconcito

Estimado:

Con el propósito de establecer la comunicación organizacional y su determinación en la difusión de actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito 2013 – 2014, deseo conocer su opinión referida a algunas interrogantes que se plantean sobre este tema.

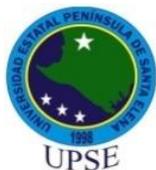
El presente trabajo de investigación pretende, analizar y crear un medio de comunicación para los habitantes de la parroquia Anconcito, a efectos de mejorar la difusión de sus actividades, aplicando debidamente las estrategias comunicacionales.

La modalidad de la investigación se basó en recabar información en libros de diferentes autores para sustentar teóricamente los conceptos que se vayan a emplear en este tema, así como la investigación de campo ya que se buscó las opiniones de los moradores de la parroquia Anconcito y con la información que se obtenga sea factible la creación de una propuesta en la que incluyan estrategias comunicacionales que consientan solucionar los inconvenientes que se presentan entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito y la comunidad en general.

Por las razones expuestas solicitamos responder al cuestionario adjunto.

Cordialmente,

Walter Suárez Alfonzo



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN							
TÍTULO DEL TRABAJO			LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU DETERMINACIÓN EN LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES DEL GAD PARROQUIAL RURAL DE ANCONCITO 2013 – 2014				
INSTRUCTIVO			ENCUESTA				
	CONGRUENCIA (Con el título del trabajo)		CLARIDAD		TENDENCIOSIDAD (Las preguntas están libres de otros factores que influyan en la respuesta)		Observaciones
Ítem	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
Total							
%							

Evaluado por:	Apellido	Nombre	Cédula de Identidad	Fecha	Firma	
	Vera Ramos	Fabián Eduardo	0918968231	21/ Junio/2014		
	Profesión		Cargo	Teléfonos		
	Suboficial del Cuerpo de Bombero del cantón Salinas		Tercer vocal del GAD de Anconcito	0988617659	2946313	

Agradecido por su colaboración.

Sr. Fabián Vera Ramos



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

Anconcito, 23 de Julio del 2014

Sr. Edwin Elizalde Rojas García
Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito

Estimado:

Con el propósito de establecer la comunicación organizacional y su determinación en la difusión de actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito 2013 – 2014, deseo conocer su opinión a la propuesta sobre este tema de vital importancia para la organización que será titulado como la Creación de un boletín informativo impreso cuyo título es “INFÓRMATE ANCONCITO” y subtulado con el nombre del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito, como estrategia comunicacional para los habitantes de esta parroquia Anconcito.

Esta propuesta de investigación pretende, analizar y crear un medio de comunicación para los habitantes de la parroquia Anconcito, a efectos de mejorar la difusión de sus actividades, aplicando debidamente esta estrategia.

La modalidad de la investigación se basó en conocer el criterio de los habitantes con base a las encuestas establecidas en la población y recabar información en libros de diferentes autores para sustentar teóricamente los conceptos que se vayan a emplear en este tema.

Por las razones expuestas solicitamos responder al cuestionario adjunto.

Cordialmente,

Walter Suárez Alfonzo



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

Ficha técnica de validación

Nombre: Sr. Edwin Rojas García
Ocupación: Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Anconcito
Dirección Domiciliaria: Anconcito - Barrio Gonzalo Chávez
Teléfono: 042946022

Aspectos	Escala de valoración	Muy adecuada	Adecuada	Mediamente Adecuada	Poco Adecuado	Nada Adecuada
Introducción						
Objetivos						
Pertinencia						
Secuencia						
Modelo de intervención						
Profundidad						
Lenguaje						
Comprensión						
Creatividad						
Impacto						

Comentarios: _____

INSTRUCTIVO PARA LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

1. Lea Detenidamente la propuesta.
2. Emita el criterio sobre: funcionalidad, pertinencia, objetivos, sugerencias metodológicas para el uso y aplicación.
3. Utilice las siguientes categorías:
 MA= Muy de acuerdo DA= De acuerdo MDA= Medianamente de acuerdo ED= En desacuerdo
4. Marque con la letra X en la casilla correspondiente.

VALORACIÓN ASPECTOS	Muy de acuerdo (MA)	De acuerdo (DA)	Medianamente de acuerdo (MDA)	En desacuerdo (ED)	OBSERVACION
1. La propuesta es una buena alternativa y es funcional.					
2. El contenido es pertinente, para el mejoramiento de la problemática.					
3. Existe coherencia en su estructuración.					
4. Su aplicación dará cumplimiento a los objetivos propuestos.					

Validado por:

Apellidos y Nombres Rojas García Edwin Elizalde	Cedula de identidad 0913986576
Cargo Presidente del GAD parroquial de Anconcito	Lugar de trabajo Anconcito
Teléfono 0982856045	Teléfono de trabajo 2946022
Fecha 23 - 07 - 2014	Firma

Muchas gracias por su atención.
 Walter Suárez Alfonzo