



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

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN
LA RELACIONES PÚBLICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DE JOSÉ LUÍS TAMAYO AÑO 2011**

**TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION DEL
GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
SOCIAL**

**AUTORA:
LIZCET ROSARIO ROSALES GUALE**

**La Libertad - Ecuador
2011**



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

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN
LA RELACIONES PÚBLICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DE JOSÉ LUÍS TAMAYO AÑO 2011**

**TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION DEL
GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
SOCIAL**

**AUTORA:
LIZCET ROSARIO ROSALES GUALE**

**ASESOR:
Dr. Oswaldo Castillo Beltrán**

La Libertad - Ecuador

2011

TRIBUNAL DE GRADO

Abogado
Carlos San Andrés Restrepo
**DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS SOCIALES Y
LA SALUD**

Licenciado
Milton González Santos
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

PROFESOR DE ÁREA

Doctor
Oswaldo Castillo Beltrán
ASESOR - TUTOR

Abog. Milton Zambrano Coronado
SECRETARIO

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta Tesis a toda mi familia.

Para mis padres Norberto y Rosario por su comprensión y ayuda en momentos malos y buenos. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

A mis hermanos Rubén y María que por ser siempre unidos y apoyándonos moralmente, espiritualmente para seguir adelante y alcanzar uno más de mis ideales.

Afectuosamente.

Lis

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Me gustaría agradecer sinceramente al tutor de Tesis, Dr. Oswaldo Castillo Beltrán, con su esfuerzo, dedicación y sus conocimientos, su manera de trabajar, su persistencia, su paciencia y su motivación han sido fundamentales para mi formación que ha inculcado en mí un sentido de seriedad, responsabilidad durante el periodo de tiempo que ha durado esta Tesis.

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por haberme brindado la oportunidad de estudiar en esta institución superior y por los consejos recibidos a lo largo de los últimos años por otros profesores de la Carrera de Comunicación Social.

Al amor de mi vida Miguel Ángel por tolerarme durante este proceso de mi vida.

Afectuosamente

Lis.

CERTIFICACION DEL TUTOR

Doctor. Oswaldo Castillo Beltrán

CERTIFICO QUE:

Luego de haber cumplido con todas las asesorías de acuerdo al cronograma previsto para el efecto, el trabajo de investigación realizado por la egresada Rosales Guale Lizcet Rosario considero aprobado en su totalidad.

“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LAS RELACIONES PÚBLICAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JOSÉ LUÍS TAMAYO AÑO 2011.

Una vez que este trabajo reúne todos los requisitos de calidad, autorizo con mi firma para que pueda ser presentado, defendido y sustentado.

Asesor: _____

Doctor. Oswaldo Castillo

CI.091014707-3

ÍNDICE GENERAL

| | |
|-------------------------|-----|
| CARÁTULA | |
| i | |
| HOJA DE GUARDA | iii |
| DEDICATORIA | |
| iv | |
| AGRADECIMIENTO | v |
| CERTIFICACION DEL TUTOR | vi |
| ÍNDICE GENERAL | vii |
| LISTA DE ANEXOS | x |
| ÍNDICE DE CUADROS | |
| xi | |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | |
| xii | |
| RESUMEN | |
| xiii | |
| INTRODUCCIÓN | xiv |

Págs.

EL PROBLEMA

| | |
|---|----|
| Planteamiento del problema..... | 18 |
| Ubicación del problema en el contexto..... | 18 |
| Situación conflicto..... | 20 |
| Causas del problema, Consecuencias..... | 21 |
| Delimitación del problema..... | 22 |
| Planteamiento del problema o Formulación..... | 22 |
| Variables | 22 |

| | |
|--|----|
| Operacionalización de las variables..... | 23 |
| Justificación..... | 25 |
| Objetivos de la investigación..... | 26 |
| Objetivo: General..... | 26 |
| Objetivo Específicos..... | 26 |

CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO

| | |
|--|----|
| Antecedentes del estudio..... | 28 |
| Comunicación..... | 31 |
| La Comunicación Organizacional.-concepto e importancia..... | 34 |
| Comunicación Interna..... | 36 |
| Comunicación Externo..... | 37 |
| Comunicación como un Proceso..... | 39 |
| Agresión en la Comunicación..... | 42 |
| Redes de Comunicación..... | 45 |
| Barreras de Comunicación..... | 47 |
| Recomendaciones para una buena comunicación..... | 47 |
| Flujo de Comunicaciones en las organizaciones..... | 48 |
| Las organizaciones como sistema..... | 50 |
| Complejidad de Organizaciones..... | 51 |
| La Comunicación y la Visión..... | 52 |
| Necesidad e importancia de la Comunicación Organizacional..... | 53 |
| Tipos de Organizaciones..... | 54 |

| | | |
|--|----|--|
| Tipología de la Organización..... | 56 | |
| Problemas en las Organizaciones..... | 57 | |
| El cambio organizacional producto de adquisiciones y fusiones de empresas..... | 59 | |
| Las Organizaciones y la Relaciones Públicas..... | 60 | |
| Las Relaciones Públicas..... | 61 | |
| Antecedentes histórico de Relaciones Públicas..... | 61 | |
| Definición de Relaciones Públicas..... | 64 | |
| Clasificación de las Relaciones Públicas..... | 66 | |
| Relaciones Públicas Interna..... | 67 | |
| Relaciones Públicas Externa..... | 67 | |
| Importancia de las Relaciones Públicas..... | 68 | |
| Objetivos de las Relaciones Públicas..... | 69 | |
| Las Relaciones Gubernamentales..... | 70 | |
| Las Relaciones Públicas una Herramienta Fundamental en el Sector Gubernamental..... | 72 | |
| Las Relaciones Públicas y el Gobierno desde la Responsabilidad social empresarial..... | 73 | |
| Características de las Relaciones Públicas..... | 74 | |
| La Ética en las Relaciones Públicas..... | 75 | |
| El Rol de las Relaciones Públicas en una Organización..... | 78 | |
| El Público..... | 81 | |
| Función de las Relaciones Públicas..... | 82 | |
| Hacer lo Mejor y Hacerlo Saber..... | 84 | |
| Planificación Estrategia de la Comunicación como base de | | |

| | |
|-----------------------------|----|
| Trabajo para las Relaciones | |
| Públicas..... | 85 |
| Marco | |
| Referencial..... | 87 |
| Fundamentación | |
| Científica..... | 88 |
| Fundamentación Conceptual | |
| Conceptual..... | 89 |
| Fundamentación | |
| Legal..... | 91 |

CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

| | |
|--|-----|
| Metodología o Estrategias Metodológicas..... | 103 |
| Diseño de la Investigación..... | 104 |
| Modalidad de la Investigación..... | 104 |
| Tipo de estudio..... | 104 |
| Población y Muestra..... | 105 |
| Población..... | 106 |
| Muestras..... | 107 |
| Instrumentos de investigación..... | 108 |
| Procedimientos de la Investigación..... | 109 |

CAPÍTULO III.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|-----------------------------|-----|
| Procedimiento análisis..... | 112 |
|-----------------------------|-----|

| | |
|--|-----|
| Análisis de encuestas a comunidad..... | 112 |
| Análisis de encuestas a los presidentes barriales..... | 132 |
| Análisis de entrevistas a autoridades..... | 152 |
| Conclusiones..... | 164 |
| Recomendaciones..... | 165 |

CAPÍTULO IV.- PROPUESTA

| | |
|---|-----|
| Título..... | 166 |
| Justificación..... | 167 |
| Diagnóstico..... | 170 |
| Fundamentación Teórica de la propuesta..... | 172 |
| Pedagógica..... | 173 |
| Psicológica..... | 174 |
| Sociológica..... | 176 |
| Educativa..... | 177 |
| Legal..... | 178 |
| Objetivos de la Propuestas..... | 179 |
| Objetivos: general..... | 179 |
| Objetivos específicos..... | 179 |
| Factibilidad de la Propuesta..... | 180 |
| Técnico..... | 180 |
| Financiera..... | 180 |
| Legal..... | 180 |
| Técnico..... | 182 |
| De Recursos Humanos..... | 182 |
| Política..... | 183 |

| | |
|---|-----|
| Descripción de la propuesta..... | 184 |
| ♣ Creación de una Oficina de Relaciones Públicas..... | 185 |
| Plan de acciones para el Departamento de | |
| Relaciones Públicas..... | 186 |
| Estructura..... | 186 |
| Funciones del Personal..... | 187 |
| Principales Deberes y Responsabilidades..... | 189 |
| Estrategias..... | 191 |
| Papel y Lugar de las Relaciones Públicas..... | 193 |
| Presencia en los distintos medios comunicación disponibles... | 194 |
| Coordinación y Apoyo en Realización de eventos..... | 195 |
| Visión..... | 195 |
| Misión..... | 196 |
| Recursos..... | 197 |
| Ventaja del Departamento..... | 197 |
| Organigrama del Departamento..... | 200 |
| Impacto..... | 201 |
| Presupuesto..... | 203 |
| Cronograma..... | 204 |
| Bibliografías..... | 205 |
| Anexos | |

LISTA DE ANEXOS

- 1.-** Distribución de población
- 2.-** Encuesta para la comunidad
- 3.-** Encuesta para presidentes barriales
- 4.-** Encuesta de miembros de la junta parroquial de José Luís Tamayo
- 5.-** Nomina de barrios con sus respectivos presidentes barriales
- 6.-** Certificación de ejecución
- 7.-** Certificación de población
- 8.-** Fotos

ÍNDICE DE CUADROS

| | Pá gs. |
|--|-----------|
| CUADRO # 1 Cuadro de distribución de población..... | 106 |
| CUADRO # 3 Medios de comunicación..... | 112 |
| CUADRO # 4 Un Relacionista Público..... | 114 |
| CUADRO # 5 Implementación del Departamento de Relaciones Públicas..... | 116 |
| CUADRO # 6 Comunicación Eficaz y eficiente..... | 118 |
| CUADRO # 8 Mejorar la comunicación en su sector barrial..... | 120 |
| CUADRO # 9 Se informa eficientemente de actividades que se realiza..... | 122 |
| CUADRO # 10 Comunicación entre sector barrial..... | 124 |
| CUADRO # 11 Planificación y organización de las actividades..... | 126 |
| CUADRO # 12 Imagen favorable para la Sociedad..... | 128 |
| CUADRO # 13 Relaciones Públicas..... | 130 |
| CUADRO # 14 Rol de un Relacionista Público..... | 132 |
| CUADRO # 15 Departamento de Relaciones Públicas. | 134 |
| CUADRO # 16 Junta Parroquial y su comunidad..... | 136 |
| CUADRO # 17 Líderes Barriales en la comunicación..... | 138 |
| CUADRO # 18 Gestión obras para la comunidad..... | 140 |
| CUADRO # 19 Medios de Comunicación Locales..... | 142 |
| CUADRO # 20 Tecnologías de Medios de Comunicación | 146 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| CUADRO # 21 | Comunicación entre la Instituciones..... | 148 |
| CUADRO # 22 | Nivel Jerárquico..... | 150 |
| CUADRO # 23 | Visión y Misión..... | 152 |
| CUADRO # 24 | Implementar departamento..... | 154 |
| CUADRO # 25 | Un profesional de Comunicación..... | 156 |
| CUADRO # 26 | Estrategias de Comunicación..... | 158 |
| CUADRO # 27 | Expectativa para la creación de un departamento de Relaciones Públicas..... | 160 |
| CUADRO # 28 | Convenios..... | 162 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | Págs. |
|--|-------|
| GRÁFICO # 1 Medios de Comunicación..... | 112 |
| GRÁFICO # 2 Un Relacionista Público..... | 114 |
| GRÁFICO # 3 Implementación Departamento de Relaciones Públicas..... | 116 |
| GRAFICO # 4 Comunicación Eficaz y eficiente..... | 118 |
| GRAFICO # 5 Actividades en beneficio a la comunidad..... | 120 |
| GRAFICO # 6 Mejorar la comunicación en su sector barrial... | 122 |
| GRAFICO # 7 Se informa eficientemente de actividades. que se realiza..... | 124 |
| CRAFICO # 8 Comunicación entre sector barrial..... | 126 |
| GRAFICO # 9 Planificación y organización de las actividades.... | 128 |
| GRAFICO # 10 Imagen favorable para la Sociedad..... | 130 |
| GRAFICO # 11 Relaciones Públicas..... | 132 |
| GRAFICO # 12 Rol de un Relacionista Público..... | 134 |
| GRAFICO # 13 Departamento de Relaciones Públicas. | 136 |
| GRAFICO # 14 Junta Parroquial y su comunidad..... | 138 |
| GRAFICO # 15 Líderes Barriales en la comunicación..... | 140 |
| GRAFICO # 16 Gestión obras para la comunidad..... | 142 |
| GRAFICO # 17 Medios de Comunicación Locales..... | 146 |
| GRAFICO # 18 Tecnologías de Medios de Comunicación | 148 |

| | | |
|--------------|---|-----|
| GRAFICO # 19 | Comunicación entre la Instituciones Pública y Privada..... | 150 |
| GRAFICO # 20 | Nivel Jerárquico..... | 152 |
| GRAFICO # 21 | Visión y Misión..... | 154 |
| GRAFICO # 22 | Implementar departamento..... | 156 |
| GRAFICO # 23 | Un profesional de Comunicación..... | 158 |
| GRAFICO # 24 | Estrategias de Comunicación..... | 160 |
| GRAFICO # 26 | Expectativa para la creación de un departamento de Relaciones Públicas..... | 162 |
| GRAFICO # 27 | Convenios | 164 |

“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIAS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE JOSÉ LUÍS TAMAYO”

Autora: Lizcet Rosario Rosales Guale

Asesor: Dr. Oswaldo Castillo Beltrán

RESUMEN

La presente investigación. La Comunicación Organizacional y su Incidencia para la Creación de un Departamento de Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo, mejorar su comunicación e imagen institucional. El problema surge específicamente cuando la comunidad Tamayense desconocen el funcionamiento y manejo de la Junta Parroquial, como instituciones públicas, existiendo los posibles factores causante de aquello: falta de información de las diversas actividades realizadas y por realizarse, ausencia de personas capacitadas para que cumplan este rol; la poca motivación del las autoridades, esta indagación busca conocer los diferentes temas como cultural, turístico, social. La comunicación es una ciencia y juega un papel indispensable para la sociedad esta sea interna y externa, ya que se planifica, dirige, controla establece buenas relaciones, entre los miembro de la establecimiento y la comunidad. La investigación se fundamenta básicamente en el marco referencial, considerando de prioridad: Comunicación organizacional y difundida, perfil profesional, cambio de estrategias e imagen y mejoramiento de la institución. La metodología es orientada hacia la investigación descriptiva, de campo, acción y de naturaleza científica; es aplicada a una población de 393 participantes de 5 autoridades, 14 presidentes barriales, 374 personas de la comunidad, por medio de cuestionarios, entrevistas y encuestas, cuya información recogida es tabulada y presentada en cuadros estadísticos. Los datos priorizantes me permitieron determinar percepciones e interpretaciones emitiendo conclusiones y recomendaciones necesarias para el campo de investigación, a la vez formular la elaboración de una propuesta de crear un departamento de Relaciones Públicas con su respectiva estructura y funciones, trabajo centrado como alternativa de solución para que la comunidad Tamayense tenga una buena eficacia y eficiencia de la comunicación organizacional y de las relaciones públicas una empresa. Es importante resaltar los beneficiarios directos del proyecto es el Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo y la comunidad.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis es para recibir el título de Licenciada de Comunicación Social en la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Este trabajo es un estudio que trata de sintetizar las ideas, las teorías, los esfuerzos, opiniones y anhelos de aprendizaje de estos cuatros años de estudios, además de las valiosas enseñanzas de todos las y los maestros que compartieron sus conocimientos.

En la actualidad, las organizaciones autónomas descentralizadas, no cuentan con una comunicación organizacional y su incidencia en las relaciones públicas, para la Junta Parroquial de José Luís Tamayo del Cantón Salinas, es poco la preocupación por mejorar la imagen institucional. Por ello este trabajo trata de proponer nuevas alternativas bajo una línea constructiva, donde la imagen institucional es de alta calidad.

Elaborar una propuesta de acuerdo a la nueva estructura de organización en las instancias gubernamentales, donde se requiere más enlace con los organismos provinciales, nacionales y extranjeras es necesario impulsar la creación del departamento de Relaciones Públicas en la Junta Parroquial de José Luís Tamayo del Cantón Salinas Provincia de Santa Elena.

Cada capítulo estructurado analiza y detalla las normas técnicas de la investigación.

El planteamiento del problema determina el contexto, su situación en conflicto, causas y consecuencias. Se delimita el problema para llegar a la total formulación. Se evalúa señalándose que ésta investigación tiene una visión segmentada de las empresas públicas y privadas. Es relevante porque se innovaría; original, no existe un estudio de esta magnitud; contextual, enfocado en dar respuesta a la situación problemática; factible, cuenta con el apoyo de las autoridades y profesionales de comunicación.

CAPÍTULO I, el Marco Teórico se fundamenta en un estudio de carácter técnico y científico, resalta la importancia de la comunicación organizacional y de las relaciones públicas, objetivos, sector gubernamental, características, ética, roles profesional, planificación y otros temas de carácter técnico científico y administrativo.

CAPÍTULO II, la metodología que orienta el trabajo, tiene un nivel descriptivo, la población Tamayense se recoge del universo de las autoridades, presidentes barriales y comunidad, el tipo de estudio se operacionalizan por medio de las variables, las técnicas e instrumentos permiten a través de procedimientos, cuantificar e Interpretar la información, contándose con el juicio de expertos para la validación de la propuesta.

CAPÍTULO III, Análisis e interpretación de resultados, las técnicas aplicadas en el proceso investigativo, las percepciones y comentarios de autoridades, presidentes barriales y comunidad, permitieron formular juicios de valor resaltando información óptima. Las conclusiones y recomendaciones son partes determinantes de situaciones observadas, puntualizando acciones que se debe mejorarse en todo el proceso comunicacional creando un departamento de Relaciones Públicas para el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo.

CAPÍTULO IV, La propuesta está constituida para la creación de un departamento de relaciones públicas, el mismo que cumplirá varios roles donde se mantenga una buena imagen institucional, comunicación y conectividad, para así buscar el desarrollo y adelanto de la Parroquia y su comunidad, por otro lado, el Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo se mantendría informada de todo el accionar a través de los medios de comunicación, se ejecutara a que se enviaría boletines de prensa y comunicado de las diversas actividades programadas, realizadas y por realizarse. Lo que se busca es mantener la comunicación y así mismo la organización que permitan la integración de estrategias, planes de acción en beneficio de la comunidad y por ende de sus pobladores. Se anexan documentos de soporte, bibliografía y otros considerados en el trabajo investigativo.

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN SU CONTEXTO

La parroquia José Luís Tamayo, está ubicada en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, sector rural cuenta con una población de 21.682 habitantes y el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Junta Parroquial está conformada por un presidente y con cuatros vocales principales, pues es una de la institución pública, busca el mejoramiento de la información y de recursos humano desarrollando acciones conjuntas que incidan como aporte a la comunidad tamayense.

El Estatuto de la nueva Ley Territorial lo enmarca como Gobierno Autónomo Descentralizado para la administración de recursos de la población, esto establece que debe reconocerse la existencia de la parroquia rural "...como forma de convivencia y asentamiento de la población Salinense".

El conjunto habitantes que tiene el país y Santa Elena una joven provincia recién creada es un impulso a creación de nuevas tendencias en la comunicación y la información es una excelente alternativa de dirigirnos a una comunidad proporcionando divulgaciones oportunas de interés y de actualidad.

Además una de las razones de una Comunicación Organizacional y su Incidencia de las Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo, en esta institución está estancada es porque no existe un departamento comunicacional que

permita la difusión de actividades en sectores específicos de esta parte del Cantón Salinas.

Este departamento de Relaciones Públicas busca una buena comunicación organizacional para los peninsular Tamayense, hombre o mujer, estado civil indiferente, de nivel socio económico, bachiller, estudiante universitario, profesional, trabajando con relación de dependencia, independiente o desocupado, miembro de familia cumpliendo su ciclo de vida con relación a su edad, y religión indiferente.

Y la ausencia de comunicación organizacional en la Parroquia de José Luis Tamayo, ha generado un desconocimiento sobre las diferentes actividades que realiza esta institución, por el cual la tesis va direccionada a crear un departamento de Relaciones Públicas utilizando todas las herramientas de la comunicación.

Es evidente que hace falta un departamento de Relaciones Públicas para así generar información comunitaria, dar a conocer en los medios de comunicación concentrados en los cantones de la provincia. Así como se utiliza un lenguaje adecuado en este trabajo también será de manera concreta y precisa.

Por otra parte será relevante ya que busca cambios en la comunicación en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo y por ende de todas sus comunidades buscando parte de su historia y su aspecto cultural, económico y social.

SITUACIÓN DE CONFLICTO

El Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo, como institución pública en los actuales momentos no cuenta con un departamento de relaciones públicas, he aquí la desmotivación de la comunidad Tamayense, surge por cuanto no tiene un cronograma de coordinación y funcionamiento de las actividades que deben realizarse.

En los actuales momentos existe desinterés institucional, entonces nuestro propósito y anhelos es de crear un departamento de Relaciones Públicas, sumándose la demanda en el campo empresarial que requiere los servicios de entes que sepan construir el progreso. Para llegar a estas intenciones se hace necesario que la comunicación se las canalice de una forma organizada y óptima, para el desenvolvimiento e imagen de la institución.

CAUSAS DEL PROBLEMA, CONSECUENCIAS

Efectos

- No existe comunicación organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo.
- Escaso recurso económico y humano para la implementación de un departamento de Relaciones Públicas.
- Difusión empírica de actividades institucionales del Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo.
- No posee equipamiento tecnológico como de los instrumento de comunicación.

- Carece en crear y presentar alternativas en la difusión de las actividades de los entes Parroquiales.

La Comunicación Organizacional y su incidencia en la Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo año 2011.

Causas

- Falta del personal profesional y calificado en la comunicación social en la Institución.
- Falta de recurso en la institución.
- Falta de conocimientos técnicos en el área de comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo.
- Escasez en equipamiento para la ejecución de la comunicación organizacional y en su transmisión.
- Falta de conocimiento teórico y técnico de la comunicación organizacional de las instituciones parroquiales.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

| | |
|----------|---|
| CAMPO | : Parroquia José Luís Tamayo- Salinas |
| AREA | : Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo. |
| ASPECTOS | : Estructura la Implementación de un Departamento de Relaciones Públicas. |
| TEMA | : La Comunicación Organizacional y su Incidencia en la Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Tamayo Año 2011. |

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O FORMULACIÓN

¿Por qué es necesario la Comunicación Organizacional y su incidencia en la Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo año 2011 para la creación del Departamento de Relaciones Públicas?

VARIABLES

Variable Independiente.-Estudio de comunicación organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo.

Variable Dependiente.- Implementación de un departamento de Relaciones Públicas.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

| OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES | | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|--|
| ABSTRACTO | | | | CONCRETO | | |
| HIPÓTESIS | VARIABLE | DEFINICIÓN | DIMENSIÓN | INDICADORES | ITEMS | TECNICAS DE INSTRUMENTOS |
| <p>Si se realizara el estudio de comunicación organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo, entonces se identificarían las funciones que debe ejercer el departamento de Relaciones Públicas en este organismo.</p> | <p>Estudio de comunicación organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo.</p> | <p>La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas, organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacional.</p> | <p>Directores de la Junta Parroquial de José Luis Tamayo. Alcalde del Cantón Salinas.</p> | <p>No existe estudio de comunicación organizacional Junta Parroquial de José Luis Tamayo</p> | <p>¿Considera Usted ¿Qué haya una comunicación organizacional y su incidencia en las Relaciones públicas en la junta Parroquial de José Luis Tamayo del cantón Salinas? ¿Considera Usted que mejorará la junta Parroquial de José Luis Tamayo con la creación del depart. de relaciones públicas?</p> | <p>TÉCNICA: Encuesta Entrevista</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p> |

| OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES | | | | | | |
|--|--|--|----------------------------------|--|--|--|
| ABSTRACTO | | | | CONCRETO | | |
| HIPOTESIS | VARIABLE | DEFINICION | DIMENSION | INDICADORES | ITEMS | TECNICAS DE INSTRUMENTO |
| Si se realizara el estudio de comunicación organizacional en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo, entonces se identificarían las funciones que debe ejercer el departamento de Relaciones Públicas en este organismo. | Implementación de un departamento o de Relaciones Públicas | La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos. | En la Parroquia José Luis Tamayo | No existe estudio de comunicación organizacional para la creación de departamento de relaciones públicas de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas | ¿Considera Usted Que haya un estudio de comunicación organizacional para la creación de departamento de relaciones publicas de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas? | TÉCNICA: Encuesta Entrevistas |

JUSTIFICACIÓN

El estudio de la Comunicación Organizacional y su Incidencia en las Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo, se justifica porque no existe el departamento de comunicación de este tipo, por lo tanto será de gran utilidad porque mantendrá informado a sus habitantes de las actividades que realice la institución en beneficio de la colectividad.

La institución no tiene profesionales en el área de la comunicación para llevar a cabo esta importante labor que merece seriedad, responsabilidad y profesionalismo, características que debe tener un departamento de relaciones públicas en la área de la comunicación, puesto que se ponen de manifiesto acontecimientos y hechos que ocurren en determinada zona.

Mediante éste proyecto de investigación institucional tendríamos información actualizada, verificada y sobre todo inmediata difusión de las diferentes acciones, acontecimientos que se den en el sector. Este proyecto institucional tiene como visión llevar la imagen de esta institución y dar a conocer los diferentes temas en los ámbitos social, cultural, turístico y económico del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo y de esta forma coadyuve en el desarrollo de la región.

Es importante realizar éste proyecto investigativo institucional por qué a través de la creación del Departamento de Relaciones Públicas, la comunidad Tamayense podrá conocer las actividades que se realice el Gobierno Autónomo Descentralizado José Luís Tamayo del Cantón Salinas, de manera que la información sea correcta, eficaz y oportuna.

OBJETIVOS

Objetivo general.

Implementar un Departamento de Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo, para que de esta manera, generar una imagen institucional a base de la comunicación organización y la ejecución en la difusión de las actividades.

Objetivos Específicos:

1. Impulsar un Departamento de Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo para dar a conocer de forma inmediata las acciones que se presenten en la Parroquia.
2. Desarrollar habilidades comunicacionales para una efectiva comunicación dentro de la organización y mejorar la difusión el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo.
3. Mantener informados veraz y oportunamente a los pobladores de José Luís Tamayo y a la comunidad en general para que conozcan de las acciones que se efectúa.

4. Tener conectividad con las Autoridades Provinciales y del Cantón Salinas, para trabajar de manera conjunta.

5. Analizar la comunicación que se maneja actualmente como ente Parroquial para saber que estrategias se aplicara en la Junta Parroquial de José Luís Tamayo.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

ANTECEDENTES DE ESTUDIOS

Fundamentar teóricamente por qué se realiza la investigación.

La indagación precedente alcanza, para formarse una idea clara de la trascendencia que el nuevo enfoque comunicacional y de relaciones públicas en las instituciones pública y privada, no solo afecta a la actividad institucional, si no a la totalidad de su estructura, que se ha ido adaptándose para asumir el reto que supone esta nueva estrategia.

En la actualidad mundial, las relaciones públicas en las Juntas Parroquiales institucionales se aplicaron de los fundamentos y herramientas del periodismo para crear comunicación entre los integrantes de una organización o empresa, y de ésta hacia el exterior. Las Relaciones Públicas y la Comunicación Organizacional, a lo largo del tiempo se han manifestado diferentes criterios e ideas en el manejo de la comunicación e imagen institucional, ya sea pública o privada.

Las relaciones públicas internacionales van a incrementar su significación y complejidad debido al proceso de globalización, a la gran rapidez en los cambios y la multiplicidad de los actores internacionales. Esa importancia ha sido resaltada por numerosos investigadores.

José y Mario Baquero Cabrero en su obra titulada Oro de las Relaciones Públicas, valor a la construcción teórica y a la validación práctica de las Relaciones Públicas, actividad que ha alcanzado un auge extraordinario en las sociedades contemporáneas y que ha dotado de sentido a ese fenómeno de la comunicación, al que tanta atención presta el hombre de nuestro tiempo.

Según Scott M. Cuplit y Aleen Center, en su obra Relaciones Públicas Efectivas, describe a las Relaciones Públicas como la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y el público de quienes depende su éxito o fracaso.¹

Columna, Ramírez & Alcántara, Asesores Empresariales Asociados (CORAEMPRESA) fue fundada el 9 de Mayo de 1988, con el propósito de satisfacer las necesidades a las orientaciones, asesorías y suplementos de información a empresas públicas y privadas en cuanto a su estructura organizacional y su desempeño en el ambiente en que interactúan.

¹ ADECEC, El libro práctico de la Comunicación y las Relaciones Públicas, Ed.1 Folio, 1997

En un mundo globalizado, la comunicación organizacional y las relaciones públicas tienen un rol importante en los procesos de socialización, es prácticamente “natural” que el consumo cotidiano de un bombardeo de mensajes audiovisuales incida directamente en los procesos de socialización y generación de un pensamiento colectivo, determinados modelos estereotipados para pre moldear una identidad masificada.

En nuestro país, la existencia de instituciones públicas y privada que ofrecieran servicios de investigación no era muy proliferante, y con el aumento del mercado consumidor, se hacía imperiosamente necesario que una empresa como la nuestra obtuviera un sitial entre estas organizaciones, aunando los esfuerzos para la consecución de sus metas institucionales.

Estos temas muestran el marco que significa la comunicación organizacional y relaciones públicas, como fundamentación teórica como funciona la asesoría, mediante el cual, en convenios con otras instituciones, se vincula a la comunidad, a empresas o instituciones específicas.

Se diferencia el trabajo con relación a los temas indicados, la mejor forma de establecer nexos con la sociedad, es a través de la comunidad Tamayense y considerando que estos deben ser protagonistas, la base de adquisición de conocimiento para reafirmar un proceso de formación del crecimiento y desarrollo local, regional y porque no decirlo a nivel nacional.

COMUNICACIÓN

La palabra Comunicación proviene del latín communis que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego (el de Koinoonia) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre “comunicarse” y “estar en comunidad”.

John Fiske (1982) define a la comunicación como una “interacción social por medio de mensajes”. Por su parte, Antonio Pasquali (1978) afirma que “la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social”. Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia.²

² Diccionario de Comunicación social edición 1 pág. 12

Luego de un gran esfuerzo de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como: “la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”.

Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. En cuanto a su propósito, Aristóteles en sus tiempos deja muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista.

Berlo (1979) afirma que nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente a otras personas. De igual modo afirma que “nuestro fin básico (al comunicarnos) es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea”³

La comunicación es la ciencia que estudia la transmisión de unos mensajes directa o indirectamente de un emisor a un receptor y de este a aquél, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos.

³ k Berlo David El Proceso de la Comunicación Editorial el Aleteó Pág. 20

Las comunicaciones juegan un papel indispensable en toda sociedad, es así como actualmente estamos en la era de la revolución de las comunicaciones, donde la tecnología facilita los avances en todos los campos productivos y hemos llegado al punto de no concebir el progreso de ningún país sin tecnología de punta.

Es una exigencia mundial, un lenguaje que rompe fronteras. Desde la aparición del hombre en el mundo, la comunicación ha sido esencial en su desarrollo. El hombre primitivo utilizó la técnica conocida hoy como *graffiti*, para plasmar en sus cavernas hechos que expresaban sus temores, triunfos y acontecimientos de su vida cotidiana.

La comunicación es algo tan común, que todos los días estamos inmersos en ella y apenas nos damos cuenta. Toda nuestra vida social y nuestro desarrollo intelectual dependen y se origina en los distintos procesos comunicativos que realizamos. Se piensa que es lo mismo comunicación e información, pero en realidad existe una gran diferencia.

La comunicación permite que tanto la persona que envía el mensaje, como quien lo recibe, establezcan sus opiniones al respecto del mensaje. Mientras que el proceso de información, no es de doble vía, es decir, se da a conocer el mensaje pero quien lo recibe no pueden emitir juicios al respecto. Información es el proceso en el que ocurre una transferencia de mensajes.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio.

Según Gary Kreps (1995), la comunicación organizacional “es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella”. Para autores como Carlos Ramón Padilla la comunicación organizacional es “la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización”.⁴

La comunicación organizacional se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos.

⁴ Gary Kreps (1995), libro de comunicación organizacional pág. 8 edición 1

Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación. La importancia de la comunicación organizacional radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los empleados.

Para los dirigentes es fundamental una comunicación eficaz porque las funciones de planificación, organización y control sólo cobran cuerpo mediante la comunicación organizacional. La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas. Por ejemplo, los objetivos establecidos en la planeación se comunican para que se pueda desarrollar la estructura organizacional apropiada. La comunicación organizacional es también esencial en la selección, evaluación y capacitación de los gerentes para que desempeñen sus funciones en esta estructura.

De igual modo, el liderazgo eficaz y la creación de un ambiente conducente a la motivación dependen de esta comunicación. Más aún, mediante la comunicación organizacional se puede determinar si los acontecimientos y el desempeño se ajustan a los planes. La importancia de la comunicación organizacional radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los empleados.

Para los dirigentes es fundamental una comunicación eficaz porque las funciones de planificación, organización y control sólo cobran cuerpo mediante la comunicación organizacional. La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas.

Por ejemplo, los objetivos establecidos en la planeación se comunican para que se pueda desarrollar la estructura organizacional apropiada.

La comunicación organizacional es también esencial en la selección, evaluación y capacitación de los gerentes para que desempeñen sus funciones en esta estructura. De igual modo, el liderazgo eficaz y la creación de un ambiente conducente a la motivación dependen de esta comunicación.

La comunicación organizacional se divide de la siguiente manera:

Comunicación Interna: cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Comunicación Externa: cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

Así mismo, el hecho de que la directiva de una empresa esté al tanto de lo que se dice resulta de gran beneficio y aún más, en aquellas empresas que atraviesan períodos de cambio en donde las expectativas son mayores. Para muchos dirigentes, los rumores suponen la oportunidad de lanzar una serie de globos sonda por ejemplo con respecto a un plan o ciertas políticas que piensan llevar a la práctica y recibir información inmediata sobre las reacciones de sus subordinados.

En resumen, los rumores y el chismorreo no sólo son dañinos, también pueden cumplir una función útil, incluso saludable, en una organización. La comunicación organizacional es también un medio que, al fluir eslabona a las personas y grupos de la organización. La comunicación interpersonal dentro de las organizaciones se conoce como comunicación organizacional y se relaciona directamente con las metas, funciones y estructuras de las organizaciones.

Existe una amplia gama de percepciones, definiciones y métodos de comunicación organizacional, no obstante pueden detectarse varios aspectos comunes:

- 1- La comunicación organizacional sucede en un sistema complejo y abierto que interactúa con el medio ambiente.
- 2- Implica mensajes: el flujo, el propósito, la dirección y el medio empleado.
- 3- Implica personas, las actitudes, los sentimientos, las relaciones y habilidades.

Las Organizaciones son sistemas grandes compuestos de subsistemas interrelacionados, en donde las culturas y subcultura organizacionales influyen la manera en que se interrelaciona la gente en los diferentes subsistemas. El significado de la conceptualización de organizaciones como sistemas complejos estriba en que los principios de sistemas permiten adentrarse en la manera en la que trabajan las organizaciones.

Es por tanto, de primordial importancia considerar a la organización como un todo para definir de manera adecuada los requerimientos de información para su correcto funcionamiento. El término organización implica una estructura intencional y formalizada de papeles; es decir, las personas que trabajan juntas, deben desempeñar ciertos papeles diseñados racionalmente para asegurar que se realicen las actividades requeridas y que estas se adecuen entre sí de modo que se pueda trabajar grupalmente en forma interrumpida, con eficiencia.

La organización formal se considera como la estructura intencional de papeles en una empresa formalmente organizada. Esta organización descrita como formal no implica una inflexibilidad inherente, por el contrario debe ser flexible para aprovechar los talentos creativos y reconocer las preferencias y capacidades individuales.

La Organización Informal, según Chester Barnard, autor del clásico libro sobre administración (*The Functions of the Executive*), considera como organización informal cualquier actividad personal conjunta sin un propósito colectivo consciente, aunque contribuya a resultados colectivos.

LA COMUNICACIÓN COMO UN PROCESO

La comunicación como proceso podemos decir que el **emisor** puede tratarse de cualquier individuo interno o externo de una organización o empresa, es la fuente de comunicación, quien desea transmitir un pensamiento o idea a otro u otros. En el caso de una empresa o institución pública, podría tratarse del gerente, secretaria, obrero, cliente, quien sea que tenga necesidad de transmitir una información relacionada con los servicios, sucesos, etc. que ocurra en la empresa.

El código en este caso se refiere a la forma en que se codificará ese pensamiento, incluyendo la habilidad, la actitud, los conocimientos y el sistema sociocultural. Es más, el éxito total de cada persona se determina también por las habilidades de hablar, escribir, escuchar y razonar. Tenemos ideas preconcebidas sobre temas diversos y esas actitudes afectan nuestras comunicaciones. Se tiene que tomar en cuenta que no se puede comunicar lo que no se sabe y aunque el individuo (emisor) lo sepa, es posible que el receptor no lo entienda.

El mensaje: es el producto real de la fuente codificadora. Es toda la información que se transmite y si se logra una comunicación exitosa será también todo lo que reciba el receptor. Lo primero que hay que tener, para que pueda haber comunicación, es ese algo que se desea transmitir.

Esto constituye el primer elemento de la comunicación, y le llamaremos mensaje. Por ejemplo, si alguien está perdido en una calle, y le pregunta a un carabinero: "*buenos días, ¿puede decirme cómo llegar a la avenida principal?*", este fue el mensaje transmitido. Ahora bien, lo más probable es que el mensaje que se ha transmitido genere a su vez una respuesta. En ese caso, se produce un mensaje nuevo, que podría ser, por ejemplo: "*Doble por la siguiente esquina*"

El canal es el medio a través del cual viaja el mensaje. En una organización y en cualquier situación es muy importante seleccionar el medio más adecuado para transmitir la información y esto dependerá del tipo de información, de quienes deberán recibirlo, las condiciones que se requieren para el mejor entendimiento del mismo. Tradicionalmente siguen la red de autoridad de una organización los mensajes relacionados con el trabajo de los miembros de la misma; para esto lo más adecuado es un canal formal. Otras formas de mensajes como los sociales o personales, siguen canales informales en la organización.

El receptor es el objeto a quien se dirige en mensaje. Pero antes de que esto ocurra el mensaje debe ser descodificado proceso mismo que requiere de las habilidades, actitudes y conocimientos previos sobre el tema del receptor.

Y ahora el elemento que indica en el proceso si hubo éxito o no, nos referimos a la **retroalimentación**. En una organización se medirá si una información llegó adecuadamente si se recupera respuesta ante el mismo.

¿Qué pasa si no ocurre?

Si en una organización se obtienen respuestas vagas e inapropiadas se debe a que en el proceso existen fuentes de distorsión como las siguientes:

- La Codificación se realizó con descuido.
- Selección limitada de símbolos
- Confusión en el contexto del mensaje.
- Selección de un canal inapropiado.
- Nivel de ruido alto.
- Prejuicios, conocimientos y habilidades de percepción del receptor limitadas.
- Poca atención y cuidado en el proceso de decodificación.

Todos estos factores pueden provocar que el mensaje se interprete de manera diferente a la imaginada por el emisor.

AGRESIÓN EN LA COMUNICACIÓN

Este fenómeno que le ocurre a un 20% de la población puede causar problemas en la comunicación, ya que provoca en el emisor un temor al momento de hablar o escribir lo que puede desencadenar que éste recurra a los medios inadecuados para comunicarse y así evitar este conflicto pero que a su vez se traduce en otros problemas. Por ejemplo el supervisor de un departamento puede recurrir a memorandos o cartas para transmitir mensajes, cuando una llamada suele ser no sólo más rápido sino también más apropiado.

Por todo esto debemos estar conscientes de que existe un grupo de personas en las organizaciones que limitan severamente su comunicación oral y racionalizarán su práctica al decirse a ellas mismas que no se necesita tanta comunicación para que hagan su trabajo con eficacia.

Para lograr que una organización posea una buena comunicación interna y externa es muy importante fijar atención en esta área de forma tal que se pueda aplicar correctivos mediante cursos instructivos, seminarios, actividades en grupo. A tiempo.

La comunicación es un proceso, por el hecho de que está planificada, dirigida y controlada.

Planificada, porque mucho antes de que se inicie la transmisión de palabras o signos que componen el mensaje, ya ha ocurrido un proceso previo de concepción, maduración, codificación y articulación a las necesidades propia de cada canal.

Dirigida, porque el proceso comunicativo no es espontáneo, no transcurre por generación propia, sino que se organiza en todas las etapas de su estructura.

Controlada, porque en cada instante del proceso se puede medir sus resultados y sobre esta base se proceden a remodelar el sistema para conseguir mejores efectos.

Tres son los factores fundamentales que forman el armazón de los procesos de comunicación:

- Una persona que expresa algo.
- Lo expresado o sea el mensaje.
- Una persona que recibe lo expresado.

El campo de la comunicación debe entenderse como el sistema de reacciones entre estos tres factores.

En la actualidad, para definir comunicación hay que distinguir entre:

- a. Información: quien intenta informar tiene por propósito transmitir un mensaje a un receptor, independientemente de la respuesta de éste. Ej. informe meteorológico, decisiones de un jefe, instrucciones de un manual.
- b. Persuasión: quien intenta persuadir desea obtener una determinada respuesta, mediante un proceso comunicacional en el que el otro también obtiene lo que desea o lo que “cree” que desea. Este proceso es en ambas direcciones y los roles de persuadir y persuadido se intercambian a menudo con facilidad. La persuasión no es algo que se le hace a los otros, sino que es dinámica, y tiene lugar con los otros.

La comunicación persuasiva solo tiene lugar en la medida que la retroalimentación obtenida es la esperada, caso contrario, no hubo comunicación, sino que se produjo un intercambio de información.

Amenizar quien quiere entretener persigue un propósito recreativo. Se busca mantener la atención y el principio de placer del destinatario durante toda la transacción. Este tipo de comunicación tiene un fin con sumatorio, no se espera ninguna respuesta más allá de la aprobación.

REDES DE LA COMUNICACIÓN

Las redes de la comunicación definen los canales por los cuales fluye la información. Los canales de una organización pueden ser formales o informales y cada uno tiene un uso respectivo dentro de la empresa. Las redes Formales son generalmente verticales, siguiendo la cadena de autoridad y limitadas con las comunicaciones con las tareas empresariales.

Por el contrario, las redes informales no son rígidas en su dirección, puede tomar cualquiera, saltar niveles de autoridad y seguramente satisface necesidades sociales de los miembros internos de la organización, por ejemplo los rumores o chismes.

Ahora bien, una red formal se puede presentar de tres formas: la cadena, la rueda y todo el canal.

La cadena sigue rígidamente la cadena formal de mando. Se utiliza si la precisión de los datos es lo más importante.

La rueda se apoya en un líder para actuar como un conducto central para todas las comunicaciones del grupo, facilita el surgimiento de un líder, es rápido y alta precisión.

Toda la red del canal permite que todos los miembros del grupo se comuniquen en forma activa el uno con el otro y es más adecuada si se busca una mayor satisfacción, su precisión es moderada y no es probable que surjan líderes.

BARRERAS PARA LA COMUNICACIÓN EFICAZ EN LA ORGANIZACIÓN

- La filtración es la manipulación de la información del emisor para que sea vista más favorablemente por el receptor. Los intereses personales y las percepciones de lo que es importante de aquellos que resumen están presentes en los resultados de la información, lo que hace imposible que los receptores consigan información objetiva. Mientras más vertical es la estructura de la organización más posibilidades de filtración habrá.
- Percepción selectiva en el que los receptores ven y escuchan en forma selectiva basados en sus necesidades, motivaciones, experiencia, antecedentes lo que no permite que se perciba la realidad y en su lugar se interprete según el parecer de cada cual.
- Defensa. Cuando el receptor se siente amenazado, tiende a reaccionar en formas que reducen su habilidad para lograr entendimiento mutuo, respondiendo en formas que retardan la comunicación eficaz.
- Lenguaje. La edad, la educación y los antecedentes culturales son variables que influyen en el lenguaje que una persona usa. Las palabras significan diferentes cosas para diferentes personas lo que crea dificultades en la comunicación.

RECOMENDACIONES PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ EN LA ORGANIZACIÓN

- El presidente o gerente debe comprometerse en la filosofía y el comportamiento, con la noción de que comunicarse con los empleados es esencial para el logro de las metas de la organización.
- Asociar las acciones con las palabras.
- Comprometerse con la comunicación de dos vías (descendente y ascendente).
- Énfasis en la comunicación cara a cara.
- Mantener a los miembros de la organización informados de los cambios y decisiones dentro de la organización.
- Dar confianza y valor a los empleados para comunicar malas noticias.
- Diseñar un programa de comunicación para transmitir la información que cada departamento o empleado necesita.
- Luchar porque la información fluya continuamente.

FLUJO DE LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIONES

1. Dirección de la Comunicación:

La Comunicación puede fluir vertical u horizontalmente. La dimensión vertical puede ser dividida, además en dirección ascendente o descendente.

DESCENDENTE: Es la comunicación que fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es el utilizado por los líderes de grupos y gerentes para asignar tareas, metas, dar a conocer problemas que necesitan atención, proporcionar instrucciones.

- Gerente
- Supervisor
- Empleados, obreros, técnicos.

ASCENDENTE: Esta comunicación fluye en forma opuesta a la anterior, es decir, de los empleados o subordinados hacia la gerencia. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, para informarse sobre los progresos, problemas, sobre el sentir de los empleados, cómo se sienten los empleados en sus puestos, con sus compañeros de trabajo y en la organización, para captar ideas sobre cómo mejorar cualquier situación interna en la organización.

Una persona líder sabe que ambas direcciones son importantes e imprescindibles para lograr las metas propuestas con el mínimo de problemas, pero lamentablemente no todas las organizaciones tienen conciencia de ello, por lo que en muchas ocasiones las ideas, pensamientos y propuestas de los empleados pasan desapercibidas ya que consideran que esto no influirá en el rendimiento laboral.

- Obrero, empleados, técnicos, clientes
- Supervisor
- Gerente

Ejemplos Organizacionales de Comunicación Ascendente

- Informes de desempeños preparados por supervisores
- Buzones de sugerencia
- Encuesta de actitud de los empleados
- Procedimientos para expresar quejas
- Encuestas.

LATERAL: Este tipo de comunicación se da cuando dos o más miembros de una organización cuyos puestos están al mismo nivel intercambian información. Por ejemplo comunicaciones entre supervisores de varias plantas o departamentos. Este tipo de comunicación es muy positiva para evitar procesos burocráticos y lentos en una organización además, es informal y promueve a la acción. Departamento de Compras Supervisor, Departamento de Finanzas.

LA ORGANIZACIÓN COMO SISTEMA

Las organizaciones son unidades sociales intencionalmente construidas y reconstruidas para lograr objetivos específicos.

Existen dos tipos de sistemas:

- Sistema Abierto:

Conjunto de elementos dinámicamente relacionados, en interacción que desarrollan una actividad para lograr un objetivo o propósito, operando con datos, energía, materia, unidos al ambiente que rodea el sistema y para suministrar información, energía, materia. Posee numerosas entradas y salidas. Para relacionarse con el ambiente externo, sus relaciones de causa y efecto son indeterminadas.

Un sistema consta de cuatro elementos primordiales:

- a. Entradas: Mediante ellas el sistema consigue los recursos e insumos necesarios para su alimentación y nutrición.
- b. Procesamiento: Transforma las entradas en salidas o resultados.
- c. Salidas: Resultado de la operación del sistema. Por medio de ella el sistema envía el producto resultante al ambiente externo.
- d. Retroalimentación: Constituye una acción de retorno; es positiva cuando la salida por ser mayor estimula y amplía las entradas para incrementar el funcionamiento del sistema, es negativa cuando la salida por ser menor restringe y reduce la entrada para disminuir la marcha del sistema.

- **Sistema Cerrado:**

Tienen pocas entradas y salidas en relación con el ambiente externo, que son bien conocidas y guardan entre sí una razón de causa y efecto: a una entrada determinada (causa) sigue una salida determinada (efecto). Denominado también mecánico o determinista.

No existe un sistema totalmente cerrado, ni uno totalmente abierto. Todo sistema depende en alguna medida del ambiente. La Organización como sistema abierto es antigua.

COMPLEJIDAD DE ORGANIZACIONES

La sociedad moderna está conformada por organizaciones de las cuales tienen sistemas muy complejos y diferentes. Ejemplos: industrias, empresas comerciales y de servicios, organizaciones militares y gubernamentales, instituciones públicas y privadas, iglesias, entre otros.

Éstos reflejan diversas actividades susceptibles de realizar y varios niveles: personajes, pequeños grupos integrados con normas, valores, actitudes. Éstos existen bajo un patrón muy complejo y multidimensional. La complejidad permite comprender los fenómenos organizacionales que dificulta las actividades. A medida que las organizaciones crecen y prosperan, aumenta la persona, esto conlleva a un enfrentamiento entre los miembros y los objetivos, por lo tanto el crecimiento conduce hacia la complejidad.

LA COMUNICACIÓN Y LA VISIÓN

Todo proceso organizacional se rige hacia el futuro por una visión, todo proceso organizacional se desarrolla a través de la comunicación, por lo tanto la comunicación y la visión son determinantes en la dirección y el futuro de la organización. La comprensión de la visión es particularmente calve para el ejercicio de la comunicación gerencial y empresarial, pues integra una comunidad de visiones y pensamientos en torno a una visión particular.

Una buena visión mal comunicada no tiene sentido o también una visión deficiente puede ser mejorada y potenciada con una excelente comunicación. La potencia de la visión está en los efectos de su comunicación, una de las razones principales de la comunicación es desarrollar la visión común.

Un dirigente centra la atención en la coalición de los grupos sobre la ilusión de la visión, en la motivación e inspiración para mantener a la gente emocionada en la dirección de futuro visionado, la visión del futuro y en la orientación hacia el mañana y el otro lugar apelando a la emoción de permanecer. El líder comunica una visión de promesa, ilusión y futuro y logra que los empleados se identifiquen con ella trabajando día a día para lograrla y todo esto gracias un proceso exitoso de comunicación.

NECESIDAD E IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La importancia de la comunicación organizacional radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los empleados. Para los dirigentes es fundamental una comunicación eficaz porque las funciones de planificación, organización y control sólo cobran cuerpo mediante la comunicación organizacional.

La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas. Por ejemplo, los objetivos establecidos en la planeación se comunican para que se pueda desarrollar la estructura organizacional apropiada. La comunicación organizacional es también esencial en la selección, evaluación y capacitación de los gerentes para que desempeñen sus funciones en esta estructura. De igual modo, el liderazgo eficaz y la creación de un ambiente conducente a la motivación dependen de esta comunicación.

Más aún, mediante la comunicación organizacional se puede determinar si los acontecimientos y el desempeño se ajustan a los planes. Al realizar la investigación sobre estas definiciones de comunicación organizacional se puede constatar que los trabajadores del sector educacional no están exentos de estos temas y más aún por ser educadores de innumerables generaciones de personas.

El conocimiento total de estos temas reflejan la necesaria interrelación que debe existir entre los profesores y demás personas que laboran y estudian en un centro educacional y en particular de educación superior, puesto que en estos centros se prepara a los jóvenes para integrar posteriormente centros de trabajo donde la comunicación organizacional para muchos directivos es la clave del éxito de sus negocios.

La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen aquí un papel importante.

TIPOS DE ORGANIZACIONES

Existe una gran variedad de organizaciones: empresas industriales, comerciales, organizaciones de servicio (bancos, universidades, hospitales, tránsito, etc.), militares, públicas, que pueden orientarse hacia la producción de bienes o productos; éstas ejercen presión sobre la vida de los individuos y hacen parte integral del medio donde el hombre trabaja, se recrea, estudia, satisface sus necesidades.

Organización Formal

Mecanismo o estructura que permite a las personas laborar conjuntamente en una forma eficiente.

Cada miembro puede contribuir en forma más eficiente con su trabajo, para la conservación del objetivo primordial.

Propósitos:

- Permitir al administrador o ejecutivo profesional la consecución de los objetivos primordiales de una empresa.
- Eliminar duplicidad de trabajo
- Asignar a cada miembro de la organización una responsabilidad y autoridad para la ejecución eficiente de sus tareas.
- Una excelente organización permite el establecimiento de canales de comunicación adecuados.

La organización formal es un elemento de la administración que tiene por objeto agrupar o identificar las tareas y trabajos a desarrollarse dentro de la empresa.

Organización Informal es la resultante de las reacciones individuales y colectivas de los individuos ante la organización formal.

Este tipo de organización se puede observar en cinco niveles diferentes:

1. Organización Informal Total, considerada como un sistema de grupos relacionados entre sí.
2. Constituida en grupos mayores de opinión o de presión sobre algún aspecto particular de la política de la empresa
3. Grupos informales fundados en la similitud de labores y relacionados más o menos íntimamente.
4. Grupos pequeños de tres y cuatro personas relacionados íntimamente.
5. Individuos aislados que raramente participan en actividades sociales.

TIPOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES

La tipología se refiere a la categorización de las organizaciones según sus aspectos comunes, las organizaciones - según Cosío - se clasifican:

1.- Según la forma de integración del capital:

- Privadas
- Estatales
- Mixtas

2.- Según sus fines u objetivos:

- Con fines de lucro (las empresas)
- Sin fines de lucro (religiosas, culturales, deportivos)

3.- Según su forma jurídica:

- Unipersonal (E.I.R.L)
- Colegiada o institucionalizada (Anónima, civil, cooperativa)

4.- Según el origen de su capital:

- Nacional
- Extranjera
- Mixta

5.- Según su sistema de autoridad:

- Autoritarias (Burocráticas)
- Participativas (Cogestión, Autogestión)

6.- Según su tamaño:

- Grandes
- Medianas
- Pequeñas

PROBLEMAS EN LAS ORGANIZACIONES

En líneas anteriores hemos precisado que la organización es una “agrupación de personas para lograr un objetivo convenido....”, y que casi siempre este objetivo es lograr la satisfacción plena de los usuarios (consumidores) y de lograr un beneficio (económica, social) para la organización de tal forma que se garantice su permanencia en el ambiente en el cual le toca desenvolverse (empresarial, religioso, deportivo).

Pero muchas veces pese al esfuerzo desplegado por sus integrantes, la organización experimenta una serie de problemas de incomprensión y de rechazo ante la sociedad que pone en riesgo su continuidad. Estos problemas son conocidos como problemas de Relaciones Públicas y pueden ser los siguientes:

- 1.- Desprestigio o Imagen desfavorable
- 2.- Mala promoción de productos o servicios
- 3.- Mala disposición de los empleados o miembros
- 4.- Surgimiento continuo de problemas laborales
- 5.- Mala voluntad de comunidades en las que la organización tiene dependencias.
- 6.- Mala disposición de los accionistas o fundadores
- 7.- Vigencia de conceptos erróneos y prejuicios
- 8.- Ineficiencia para desarticular ataques a la organización
- 9.- Mala voluntad de los proveedores
- 10.- Mala voluntad por parte del gobierno
- 11.- Mala voluntad por parte del resto de la industria
- 12.- Mala voluntad de los detallistas y alejamiento de otros
- 13.- Incapacidad para atraer al mejor personal
- 14.- Ignorancia del público en el uso del producto
- 15.- Ignorancia del público en un punto de vista
- 16.- Mala voluntad de los clientes o simpatizantes

- 17.- Desentendimiento de la actitud de distintos grupos hacia la compañía.
- 18.- Informalidad y anarquía de políticas
- 19.- Estancamiento de la vitalidad de la sociedad en la que funciona la empresa.
- 20.- Anarquía del ritmo del cambio

Todos los problemas descritos tienen un común denominador; el público, es decir el **“Conjunto de personas que forman una colectividad”**. Pero ojo, al hablar de “el público”, no estamos haciendo referencia a un determinado grupo si no a los públicos o grupos de personas con las que tiene que relacionarse de una manera u otra la organización.

Por ello es conveniente definir el término grupo; “varias personas entre las cuales existen pautas establecidas de interacción económica, religiosa, deportiva, psicológica, cultural. El grupo tiene costumbres que une, deberes y derechos y ejerce autoridad.

Una organización, por ejemplo la Municipalidad Provincial, es un público que tiene que relacionarse con otros públicos: Gobierno Central, Gobierno Regional pero también en el interior de una organización continuamos con la Municipalidad Provincial, existen públicos que se relacionan entre sí; obreros, empleados, asesores.

EL CAMBIO ORGANIZACIONAL PRODUCTO DE ADQUISICIONES Y FUSIONES DE EMPRESAS

Para que una organización sobreviva debe adaptarse y aceptar los cambios que se le imponen desde afuera o desde adentro de la organización, pudiendo ser éstos de primero o de segundo nivel. Los de primer nivel son cambios " lineales continuos " que no implican cambios fundamentales en los supuestos que tienen los miembros de la organización, ni en la manera como ésta pueda mejorar su funcionamiento.

Los de segundo nivel son cambios multidimensionales, de multinivel, discontinuos y radicales que implican el replanteamiento de supuestos acerca de la organización y del mundo en que ésta ópera. En el caso de fusiones o adquisiciones organizacionales se puede suponer que este último sería el nivel de cambio que se dará, ya que este proceso implica una variación en la vida de la empresa.

LAS ORGANIZACIONES Y LAS RELACIONES PÚBLICA.

La organización - como sujeto - es una agrupación de personas para lograr un objetivo convenido, por medio de la asignación de responsabilidades y funciones. Es una estructura en la que se especifica la división del trabajo, se delimitan la autoridad y responsabilidad y se coordinan las relaciones interpersonales, integrando normas e instrumentos para alcanzar determinadas objetivos.

El mundo de hoy dice Cossío.- es una sociedad basada en organizaciones. Son ejemplos de organizaciones: la administradoras de fondos de pensiones, las empresas extractivas, los ministerios y demás organismos públicos, las municipalidades, los hospitales, las escuelas, las universidades, los partidos políticos, las instituciones militares, las iglesias, las cárceles, los supermercados, los canales de televisión, los clubes.⁵

Estas organizaciones, a diferencia de otros grupos humanos, nacen en un momento determinado y son creadas con la finalidad de contribuir a satisfacer alguna necesidad de la sociedad o de una parte de ella. El papel de las organizaciones, su rol o función social ha sido clave en el avance de la civilización, En su seno se han incrementado las ofertas de bienes y servicios.

Se han desarrollado ideologías Empresariales u organizacionales, se han inducido a la especialización y profesionalización, se han distribuido poder y oportunidades, se han aplicado, descubierto, desarrollado y difundido nuevas tecnologías con aportes importantes en el avance de todas las ciencias, se han mejorado la calidad de vida y se ha contribuido el bienestar.

⁵ GRUNIG James E. y HUNT Dirección de Relaciones Públicas Ed. Gestión 2000, SA, 2001

LAS RELACIONES PÚBLICAS

Los individuos y los grupos siempre han establecido relaciones con otras personas para satisfacer sus deseos y necesidades. En la sociedad moderna, el aumento de interdependencia exige interacción social, política y económica, todavía más compleja. Consecuentemente, el establecer y mantener relaciones a todos los niveles sociales constituye un campo muy amplio, tanto de estudio académico, como de la práctica profesional.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

En sus inicios, fueron los griegos y los romanos quienes hicieron uso de ciertas técnicas con el propósito de modificar la opinión vertida por el público, esto lo hacían con fines políticos, las Relaciones Públicas fueron ampliamente utilizadas como modificadoras de la opinión pública siendo la oratoria el medio de comunicación más empleado.

En el siglo XV, jugó un papel importante la invención de la imprenta, ya que impulso la circulación de la palabra escrita, convirtiéndose en una de las herramientas principales de las Relaciones Públicas. Ya en la Edad Media, se difunde la obra “El Príncipe”, de Nicolás Maquiavelo, que años después se analizaría este documento como un mecanismo de la teorización de las Relaciones Públicas.

Todo esto demuestra que en el pasado, el uso y la práctica de las Relaciones Públicas correspondieron en su mayoría a los círculos políticos y gubernamentales. Esta era la situación hasta la llegada del nuevo siglo, en el que apareció un joven norteamericano con ideas revolucionarias.

El 1906, inició su incursión en el campo de las Relaciones Públicas trabajando en la industria Americana, tratando de mejorar las relaciones existentes entre patronos y los empleados debido principalmente a los violentos métodos utilizados por éstos para combatir las huelgas.

Por todos sus aportes se dice que Ivy Lee fue el primer técnico que surgió en el campo de las Relaciones Públicas y, al parecer, fue él también quien creó el primer departamento de esa especialidad, diseñándolo para la Standard Oil Company, empresa a la que se le atribuye haber sido la primera en incluir las Relaciones Públicas de manera formal, como una de las funciones de la empresa.

En ese sentido “... Las prácticas de las Relaciones Públicas estructurales y coordinadas a través de una institución son relativamente nuevas, a la fecha, se carece de un documento que reúna investigaciones y referencias históricas al respecto. No obstante, por ser una sociedad consumista que recibe abundante influencia cuando este país las impulsó dentro de la recuperación sociopolítica y económica de posguerra, la noticia de sus buenos resultados se expandió hasta el istmo...”

Ocho años más tarde, surge la primera empresa formal de Relaciones Públicas en el país, con un funcionamiento independiente y apoyo logístico de una unidad de investigación. A partir de esa fecha se empezó a reconocer la importancia de las Relaciones Públicas como función empresarial, y muchas organizaciones incluyeron en su estructura, personal encargado de cumplir con dicha función.

Por su parte, algunas universidades decidieron incorporar esta disciplina como una carrera universitaria en sus programas de estudio; en este sentido “...En 1990, la (ASERP) dejó de ejercer sus funciones debido a la crisis política que enfrentaba el país, motivo por el cual, hubo gran fuga de elementos, dando origen a la desaparición de esta asociación sin dejar algún acta que plasmara la fecha de su desintegración...”⁶

Poco a poco las Relaciones Públicas han ido teniendo mayor presencia, en la actualidad se considera como una función empresarial sumamente importante (tanto en instituciones públicas como en privadas), dedicada a trabajar por la imagen corporativa, diseñando para ello, planes y programas especiales tendientes a influenciar positivamente la opinión pública.

⁶ LÓPEZ REYES, Oscar “RELACIONES PUBLICAS y MARKETING SOCIAL”, 1ra. Edición, Editora Panamericana,

DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS.

Las Relaciones Públicas son un conjunto de actividades llevadas a cabo por las organizaciones, con el fin de crear, mantener o rectificar los estímulos que configuran la imagen de una organización y de sus productos o servicios, mediante la utilización de la comunicación, y tras una determinación previa de los destinatarios de estas acciones.

Este es un instrumento que integra la filosofía de gestión empresarial con los intereses generales de la sociedad, ya que se persuasiva dada su apariencia informativa, no diferenciándola de información relevante. Esto hace que sea una forma eficaz de generar imagen positiva de la empresa.

Las relaciones públicas internas intentan crear un clima de confianza en la empresa y se desarrolla a través de convenciones, tabloneros de anuncios, días de confraternización. Y las relaciones públicas externas tienen como fin de crear una imagen corporativa que favorezca el consumo de los productos de las empresas, se realiza comunicados de prensa, publrreportajes, fiestas.

En este sentido, la gestión de noticias sobre productos o acontecimientos de organizaciones que aparecen en los medios de comunicación es lo que se conoce como publicidad.

A fin de comprender lo que son las relaciones públicas y elaborar una definición incluyente, se citan a continuación algunas de las definiciones más usadas: Según **Scott M. Cuplit y Aleen Center**, en su obra *Relaciones Públicas Efectivas*, describe a las Relaciones Públicas como “...la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y el público de quienes depende su éxito o fracaso...”

John Marston autor del libro “*Relaciones Públicas Modernas*”, agrega dos palabras a esa definición que *puede verse en la siguiente declaración:”... Las relaciones públicas constituyen la función administrativa que evalúa las aptitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público, y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y aceptación del público.⁷

Son las actividades efectuadas por un grupo, con vista a establecer y mantener buenas relaciones, entre los miembros del grupo, y entre el grupo y los diferentes sectores de la opinión pública...”. Tomando como base estas definiciones, puede concluirse que: las relaciones públicas son; una función directiva, que ayuda a establecer líneas de comunicación mutua de cooperación, entendimiento y aceptación entre una organización y sus públicos.

CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

⁷ **John Marston** libro “*Relaciones Públicas Modernas*” pagina 15

Para hacer una clasificación de las Relaciones Públicas en una institución pública o privada es necesario considerar al público, porque es a ellos a quienes se dirige el esfuerzo que realiza una institución como tal, para lograr satisfacer sus diversas necesidades. Puede verse que el público es el factor que le da vida a una institución, y de éste público dependerá el éxito o fracaso de la misma.

Por lo que es necesario establecer una imagen favorable a través de planes estratégicos de comunicaciones, que lleven a una institución a la cúspide dentro de una estructura socioeconómica de una nación. Según el público al que se dirigen, las Relaciones Públicas pueden ser: Relaciones Públicas externas y Relaciones Públicas.

RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS

Son las que se establecen entre la organización y el personal de ésta. "...Buscan establecer una comunicación recíproca (y oportuna) entre directivos y empleados, que tiendan a lograr que el personal de la organización colabore satisfecho con ella y, por tanto sus actitudes hacia la empresa sean positivas mediante la aportación de todo su apoyo. Estas actitudes favorables del personal hacia la organización son indispensables para que ésta pueda lograr sus objetivos."

RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS

Son las que se establecen entre la organización y, los accionistas o propietarios, inversionistas y organizaciones financieras, los clientes actuales y potenciales, los proveedores, el gobierno, la comunidad y los medios de comunicación masiva.⁸

En esta clasificación se han agrupado dos o más sectores del público en uno solo, debido a sus mutuas relaciones y similitudes, pero igual pueden analizarse por separado.

IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones Públicas ayudan a la sociedad, alcanzar decisiones y funcionar mejor, contribuyendo al entendimiento mutuo entre grupos e instituciones. Ayudan a conciliar los intereses privados y públicos. Las Relaciones Públicas están al servicio de una gran variedad de instituciones de la sociedad, como grupos de negocios, corporaciones, agencias gubernamentales, asociaciones de voluntarios, fundaciones, hospitales, escuelas, universidades e instituciones religiosas.

Como función directiva, las Relaciones Públicas abarcan los siguientes puntos:

- Anticipar, analizar e interpretar la opinión pública así como las actitudes y asuntos que puedan tener repercusión en la organización.

⁸ SIMON, Raymond; Soria, Víctor, "Relaciones Públicas y Humanas", 3ª Edición Pág. 94 1998

- Asesorar a todos los niveles de dirección de la organización respecto de las decisiones estratégicas, líneas de conducta y comunicación.
- Investigar, dirigir y evaluar, sobre una base de continuidad, programas de acción y comunicación, para conseguir el entendimiento de un público informado, necesario para el éxito de las metas de la organización.
- Planificar e implementar las acciones de la organización para influenciar ó cambiar la política pública.
- Fijar objetivos, planificar, presupuestar, contratar y formar personal, desarrollando servicios; en definitiva, gestionar los recursos necesarios para que todo lo anterior funcione.

De acuerdo a la sociedad americana de Relaciones Públicas éstas se enfocan: "...Para ayudar a definir o implementar una estrategia, el responsable de Relaciones Públicas utiliza una variedad de habilidades de comunicación profesional y desempeña un papel de integración, tanto dentro de la organización como entre la organización y su entorno..."⁹

⁹ Relaciones Públicas, "Su Administración en las Organizaciones" 2° Edición, Pág.15-16, 1997.

OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

En su libro Relaciones Públicas Jorge Ríos señala que “...El objetivo central o fundamental de las relaciones públicas es lograr que los diferentes públicos de la organización se conformen con una imagen positiva de ésta, que poco a poco se acreciente para que sus actitudes hacia las mismas sean favorables a ella, ayudando así a que alcance sus objetivos particulares...”

De este objetivo general pueden surgir algunos objetivos específicos, los cuales se establecerán de acuerdo con las necesidades peculiares que cada empresa posea.

- ✓ Lograr prestigio e imagen empresarial.
- ✓ Desarrollar programas de Relaciones Públicas internas que permitan lograr mayor entendimiento entre el personal de la empresa.

Crear y mantener relaciones con los clientes y consumidores. Es preciso aclarar que para lograr su objetivo general, las Relaciones Públicas deben basarse en el establecimiento de una comunicación recíproca y sincera entre la organización y sus públicos.

LAS RELACIONES PÚBLICAS GUBERNAMENTALES

Son instrumentos importantes, pues además de que estas pueden ser utilizadas para cualquier industria o sector, tienen además la ventaja de personalizar y dirigir los mensajes a cada una de sus audiencias objetivo, y con ello, lograr una difusión con mayor foco, y por ende, mayor eficiencia comunicacional. Y el sector gubernamental no es la excepción.

En el gobierno, las relaciones públicas están orientadas principalmente a brindar información al público interno y externo sobre los proyectos y realizaciones sectoriales o sobre las actividades del poder ejecutivo y principales funcionarios. En resumen podemos decir que las relaciones públicas son un pilar fundamental en el éxito de los proyectos gubernamentales a través de una comunicación a la sociedad.

Realicemos un pequeño preámbulo acerca de las Relaciones Públicas Gubernamentales para brindarles la aplicación práctica de las Relaciones Públicas en organismos y actividades concretas donde se brindarán acciones pertinentes, para una planificación aconsejable entre ellas, con el fin de realizar una mejor comunicación e integración entre los grupos sociales.

La historia de Las Relaciones Públicas Gubernamentales es la historia de lucha de los grupos humanos por el derecho a ser escuchados, reconocidos y tomados en cuenta. Jugando un papel importante ya que precisamente es de crear y mantener la doble corriente de intercambio en opinión entre los gobernantes y los gobernados.¹⁰

Las Relaciones Públicas a nivel de gobierno deberán contribuir a crear y mantener la fluidez del intercambio de opinión. Como finalidad crear una constante interacción, informar de manera permanente, coordinar las actividades, estimular la capacitación de los propios funcionarios estatales, consolidar una política y apoyar en la consolidación.

¹⁰ ENCICLOPEDIA LIBRE WIKIPEDIA, Artículo, [en línea], ECUADOR Relaciones Publicas, <<http://es.wikipedia.org/wiki/relaciones-publicas-gubernamentales>>,

El relacionista deberá manejar el concepto de conocer bien a sus públicos tanto el interno como el externo para saber los puntos de vista, además de mantener una relaciones armoniosa con su personal, clientes y consumidores, proveedores, autoridades, comunidad y entender también a la competencia.

LAS RELACIONES PÚBLICAS UNA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL EN EL SECTOR GUBERNAMENTAL

Las relaciones públicas son una función directiva, de carácter continuo y organizado, por medio del cual las organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquella comunidad con los que están o deberán estar vinculados.

A través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener, por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes.

Es preciso mencionar que en el gobierno, las relaciones públicas están orientadas principalmente a brindar información al público interno y externo sobre los proyectos y realizaciones sectoriales o sobre las actividades del Poder Ejecutivo y principales funcionarios. En el gobierno, la función de relaciones públicas está orientada especialmente a brindar información al público interno y externo sobre los proyectos y realizaciones sectoriales o sobre las actividades del presidente y sus funcionarios principales.

Cabe mencionar que las relaciones públicas son parte de un pilar fundamental en el éxito de los proyectos gubernamentales a través de comunicar a la sociedad de manera efectiva las acciones y éxitos de los gobiernos. Hoy en día, la mayoría las Secretarías de Estado cuentan con una Dirección de Comunicación Social, y algunas otras cuentan con una Coordinación de Comunicación Social, las cuales se coordinan.

Contiene destacar que la mayoría de las oficinas de comunicación social están consideradas como órganos de apoyo y de asesoramiento. Las relaciones públicas son una especialidad y profesión que exige iniciativa, dinamismo, creatividad, organización y, sobre todo, responsabilidad de quienes la ejercen, siendo una actividad básica para el desarrollo de cualquier organización pública o privada.

LAS RELACIONES PÚBLICA Y EL GOBIERNO DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Las Relaciones Públicas están estrechamente ligadas con el Gobierno, especialmente en aquellas empresas con un nivel mayor de regulación gubernamental. En general, este tipo de actividad se vincula con la vigilancia y el seguimiento de las acciones del gobierno; y la divulgación de información referente a la organización a varios públicos, que se distinguen por ser calificados y con poder de decisión sobre las actividades de las empresas.

De esto debe distinguirse la responsabilidad a grupos de interés, procura influir y dirigir decisiones y prácticas gubernamentales con actitudes poco transparentes y connotaciones altamente negativas, que generan la consecuente desconfianza en la opinión pública.

Otro rol fundamental del relacionista público será, entonces, establecer desde una práctica responsable su ícono de identificación, marcando que desde la transparencia hay mucho por hacer en pos de la información y la defensa ética de los propios intereses, separándose del tristemente catalogado tráfico de influencias donde juegan las célebres coimas y sobornos en la relación Gobierno-Empresariado.

CARACTERÍSTICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

En general, las relaciones públicas se caracterizan por los siguientes aspectos. Debido a la variedad y complejidad de sus funciones, las relaciones públicas son una actividad habitual y planificada llevada a cabo por empresas, no admiten una actividad irregular ni improvisada. Deben fundamentarse en la identidad e imagen real de la empresa, institución o persona, y no en la simpatía, don de gentes, o facilidad de palabra de una persona.

Procurar obtener la confianza de los públicos a los que se dirige. No tienen como finalidad directa obtener un beneficio económico aunque si indirecta. Se espera que la confianza obtenida se convierta en una opinión positiva y favorable que predisponga a adquirir los productos o a apoyar las iniciativas de la empresa u organización.

Están dirigidas a una multitud de públicos heterogéneos (clientes, proveedores, empleados públicos financieros, opinión pública, líderes de opinión, medios de comunicación. En comparación con otras formas de comunicación persuasiva, el mensaje es generalmente más sutil, menos evidente o directo.

El mensaje se hace más creíble que el de formas de comunicación persuasiva como la publicidad y la propaganda, especialmente cuando es emitido en forma de noticia, informe u opinión, por personas o instituciones ajenas a la entidad que desarrolla las relaciones públicas.

LA ÉTICA EN LAS RELACIONES PÚBLICA

La ética es la parte de la Filosofía, que trata de la moral y de las obligaciones del hombre. Es la ciencia que de manera rigurosa orienta las actuaciones del individuo para el logro de fines elevados, mediante la recta razón inspirada de la moralidad.

Todo profesional tiene la obligación de considerar los ideales y funciones de su profesión; tiene obligación de considerar el resultado posible de cualquier acción propuesta; tiene obligación de abstenerse de aquellas actividades que quiten mérito a la sana supervivencia de la profesión.

El Relacionador Público como el encargado de crear y mantener las buenas relaciones entre los miembros de la organización, y entre la organización y los demás sectores de la opinión pública, a fin de proyectar una buena imagen de la organización, debe estar siempre sujeto al cumplimiento de las normas éticas y morales para que esa imagen sea siempre favorable.

Desde el momento de su inclinada disposición hacia la profesión de Relaciones Públicas, el individuo debe mostrar un elevado índice de moralidad, pues se trata de una carrera en la cual se justifica una vocación hacia la verdad, el trabajo y el decoro.

Pues quien toma la decisión de hacerse compromisario de contribuir a la formación de la opinión pública no puede tener menos sentido ético lo que tiene que:

- ✓ Presentar los hechos con honradez y sin omisiones.
- ✓ Sacar conclusiones objetivas de los hechos expuestos, basándolas en el peso de la obediencia y en el concepto bien meditado del mayor bien.
- ✓ El Relacionador Público debe estar motivado por un interés personal.
- ✓ Debe comprender que no es infalible y debe permitir que se oiga la voz de aquellos que están en desacuerdo con él, en la columna de las cartas del público y por otros medio apropiados.
- ✓ Debe revisar sus propias conclusiones y corregirlas si encuentra que se basan en conceptos erróneos previos.
- ✓ Deber retener el valor de sostener sus convicciones bien fundadas y nunca escribir nada contrario a su conciencia.
- ✓ Deben respetarse las opiniones individuales bien meditadas.
- ✓ Debe apoyar a sus colegas cuando estos defiendan las normas más altas de la Integridad Profesional.

A nuestro juicio y en lo que concierne al aspecto ético del Relacionador Público, diez deberes le son ineludibles en su carrera.

Los cuales son:

- Decir siempre la verdad.
- Usar un lenguaje decente y depurado.
- Ser justo e imparcial.
- Colocar el interés social por encima del particular.
- Servir con diligencia y optimismo.
- Conducirse honorablemente en todos sus actos.
- Actuar independientemente, conforme a sus ideas de bien.
- Ser sincero y responsable.
- Mejorar su cultura leyendo buenas obras.

De un Relacionador Público capaz, decente y activo, se pueden esperar los mejores servicios a la sociedad. Las características de una concreta ubicación del Relacionador Público en el plano de la decencia, lo hacen admirable y será motivo para hacerse influyente y darle realce a la empresa donde realiza su trabajo.

La creación de las ideas morales por el Relacionador, deben constituir una garantía para todos. Es importante que su obra merezca aprecio del presente y resista el juicio del futuro, sin que afecte su prestigio jamás. No serían verdaderos representantes de los intereses sociales quienes conduzcan la opinión pública por caminos extraviados o tiendan nebulosas para impedir la visualidad de metas constructivas.

EL ROL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN UNA ORGANIZACION

Las relaciones públicas se han vuelto fundamentales para las organizaciones, ya que cada vez hay más competencia y las empresas necesitan destacar, crear una imagen que guste al consumidor, las organizaciones tienen tres opciones: contratar a una agencia especializada, montar un departamento interno o fichar a un director de comunicación.

Se suele contratar una agencia especializada cuando se necesita a expertos que dominen esa materia. En cambio, para evitar el trasiego de información confidencial y conservar el valor dentro de la organización se crea un departamento interno de relaciones públicas. Un director de comunicación requerirá del apoyo de una agencia externa para dejarle tiempo para la gestión estratégica de la comunicación de la organización.

Necesitará también de una formación específica y un reciclaje constante para realizar sus actividades con eficacia. Cada una de estas opciones tiene sus ventajas e inconvenientes, y se eligen dependiendo del tipo de empresa que tengamos. Por ello, y para saber elegir bien, necesitamos contar con el asesoramiento de consultores externos para elegir la opción adecuada y sacar el máximo provecho.

¿Qué valores deberían guiar los objetivos de un Relacionista Público? ¿Qué actitudes adoptar en el trato con los distintos sectores?

Humildad no es sinónimo de desvalorización, leí una vez. Y desde la frase comencé a pensar en este artículo, y reconstruir en mi pensamiento el perfil ideal que creo debería tener un Relacionista Público. Un planteo que hago porque la humildad y el sentido a veces parecen ausentes en el rol que nos toca compartir.

En el día a día uno ve a todo tipo de profesionales, se ve a los sinceros y honestos, a los apasionados y luchadores y a los que están ahí sin saber muy bien porque y para qué, y desde ese lugar que quizás ni ellos eligieron se olvidan de uno de los valores más importantes en nuestra profesión: la humildad.

Ante tal circunstancia, quizá el objetivo más interesante que persigo en este artículo sea la reivindicación de la sencillez en las relaciones con los distintos públicos, la humildad como valor para llegar a la razón o sentimientos de ese otro con el que tenemos que lograr una comunión, si es que así entendemos la comunicación.

Se sabe que una palabra dicha con humildad tiene el significado de mil palabras agradables, entonces ¿porque fracasaran algunos programas de relaciones públicas o de comunicación? Si Oscar Wilde viviera seguramente respondería “ser natural es la más difícil de las poses”.

Entiendo que no hay comunicación posible sin comprender al otro primero, para ello antes es preciso descubrir las necesidades latentes para poder responder y cooperar desde ese lugar de conocimiento, desde ese estilo que predispone a uno a hacer lo que es bueno aquí y ahora, sin perder de vista el objetivo final “comprendernos”.

No ponerse en el lugar del otro, ni reparar en escuchar los reclamos porque no se considera importante lo que el otro tiene para decir son las llamativas similitudes que comparten los programas de Relaciones Públicas o Comunicación mal gestionados donde el eslabón no pudo ser encontrado y la audiencia tampoco.

En reiteradas ocasiones escucho que los políticos están alejados del pueblo, que sus discursos ya no seducen y que sus acciones carecen de credibilidad. Y si pienso en las empresas me doy cuenta que conocer al cliente, descubrir quién es que está detrás de la estadística es un asunto importante pero no urgente, de modo que lo urgente siempre posterga lo importante y se pierde entonces el sentido de esos programas, un sentido que a veces parece olvidado por la falta misma del valor que se le atribuye.

EL PÚBLICO.

Es un término colectivo para designar a un conjunto de personas estrechamente relacionadas entre sí por los intereses y afinidades que le son comunes y que comparten un sentimiento de solidaridad.

Se pueden determinar tres tipos de públicos:

1. Interno: es aquel en el que existe una relación y una afinidad muy directa con el fin común de la organización. Ej.: los empleados, directivos, los accionistas mayoritarios.
2. Externo: es aquel que no tiene relación directa con la organización. Ej.: las autoridades gubernamentales, entidades económicas, financieras, los competidores.
 - a. Mixto Semi-interno: en este grupo están los clientes reales, los familiares de los empleados, los proveedores y distribuidores exclusivos.
 - b. Mixto Semi-interno: en este grupo se pueden incluir a los clientes ocasionales, sindicatos, bancos en donde operan los accionistas.
3. Mixto: este tipo de público ocupa una posición intermedia respecto de las posiciones extremas entre el público Interno y el público Externo. Hay dos tipos de públicos mixtos:

Es el público al que apuntan las Relaciones Públicas. Este público es al que realmente le interesa un determinado producto.

FUNCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la comunicación integral de las organizaciones, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

Gestión de las comunicaciones internas: Es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.

Gestión de las comunicaciones externas: Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.

Funciones humanísticas: Resulta fundamental que la información que se transmite sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.

Análisis y comprensión de la opinión pública: Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.

Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: El trabajo de todas relaciones públicas debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

También es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como ser la publicidad o el marketing. Si bien estas últimas tienen fines netamente comerciales, debe existir una coherencia entre los mensajes emitidos por unas y por otras para así colaborar a alcanzar los fines institucionales.

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos
- El lobbying
- Planes de responsabilidad social
- Relaciones con los medios de comunicación:
 - Diarios: permite a la organización acceder al público general.
 - Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados.
 - Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.
 - Televisión: Otorga gran notoriedad a la institución, pero es difícil y caro acceder a ella.

- Internet: Se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versión en línea de diversos medios. Cabe recordar que para poder enviar cualquier información a los diversos medios es indispensable que ésta cuente con valor de noticia y se adapte a las características del medio en cuestión

De esta comunicación estratégica surgirán las funciones de las relaciones públicas que suponen demarcar las situaciones de vulnerabilidad de una empresa, identificar también los públicos ya existentes y los potenciales, reconocer situaciones de riesgo, actuar con espíritu mediador entre la entidad y el cliente y negociar cuando los intereses se muestran antagónicos, impulsar transformaciones en situaciones comunicacionales que evidencian crisis.

Hacer Lo Mejor Y Hacerlo Saber

La máxima de las relaciones públicas indica hacer lo mejor y hacerlo saber. Y esto exige una formación continua. En la actualidad las relaciones públicas muestran una importante tendencia a la especialización en la búsqueda por lograr un servicio superior para las entidades que requieren de la comunicación estratégica, y también indirectamente, para el grupo social o público que la entidad abarca.

Fue en la década de los años noventa que las relaciones públicas especializadas comenzaron a pensarse como instrumento fundamental para la comunicación ante la perspectiva de la globalización económica. Esta generaba espacios permanentes para la competencia comercial. Es decir que las funciones de las relaciones públicas a nivel especialización surgen como una demanda del mercado empresarial que necesita informar a su público sobre la imagen corporativa, los resultados de sus procesos de producción y los programas operativos.

Las funciones de las relaciones públicas exigen conocer el desarrollo de mercado, las líneas competitivas, las necesidades del público y de la empresa. Cuando se tiene este conocimiento la acción solo puede redundar en el beneficio de la imagen pública de la empresa que requiere de estos servicios.

PLANIFICACION ESTRATEGICA DE LA COMUNICACIÓN COMO BASE DE TRABAJO PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS

A la hora de determinar y discutir la estrategia de comunicación de la institución, el especialista de Relaciones Publica tendrá en basarse no solo la imagen externa de esta, si no además, en los resultados económicos trimestrales y anuales o en los de un futuro de inmediato si aquello no fuera suficiente.

En la investigación, además en la técnica de auditoría de relaciones públicas, embreara un estudio de marketing y consiste una investigación de mercado e imagen, usando la encuesta y la tabulación, así como la estrategia publicitaria.

Su objetivo principal deberá consistir que el mensaje dado al público tenga la suficiente creatibilidad y confianza, para lo cual lo dotaremos del máximo de información y calidad como para ser retenido y transmitido, haciendo entender a los públicos interesados, por ejemplo, la buena oportunidad que pueda representar un operación financiera empresarial, institucional.

De este modo, el asesor que trabaje de este tipo de relaciones públicas deberá controlar la evaluación que la comunidad hagan de las actividades de la Junta Parroquial de José Luis Tamayo, es decir las actitudes y motivaciones para adquirir o mantener participaciones accionariales u otro tipo de valores, de cara a la difusión determinada noticia en el momento oportuno y el carisma adecuado.

MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados como las Juntas Parroquiales Rurales, tiene su ámbito de acción de acuerdo al número de habitantes. Estos habitantes organizados por diversas instituciones sociales, culturales, religiosas, educacionales, deportivas y económicas, sugiere de una comunicación eficaz, eficiente y efectiva que permita la información adecuada para y evitar lo que comúnmente se desarrolla; el mal entendimiento y el prejuicio que divide a una población en pos del desarrollo.

El Gobierno Autónomo de la Parroquia José Luís Tamayo - Muey utiliza para la comunicaciones y convocatoria los altos parlantes instalados en los postes de alumbrados públicos en diferentes sectores barriales, pertenecientes a la Asociación de ayuda Mutua "La Voz de los Techos" y de la Asociación de Beneficencia "Vecinos Unidos", ambas organizaciones creadas para la recolecta de contribuciones económicas para los necesitados.

Este es el principal medio de comunicación o convocatoria para la ciudadanía. Además de las comunicaciones escritas a través de memorándum, oficios, cartas, recibos, esquelas que son entregadas por un mensajero y archivadas por un secretario.

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

La comunicación organizacional que según define Thayler como: “aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización”, e identifica tres sistemas de comunicación: operacionales, reglamentarios y de mantenimiento/ desarrollo. La comunicación organizacional brinda información entre los miembros de una empresa que al transmitir un mensaje promueve la comunicación.

La definición dada por la Internacional Public Relations Association que define: "Las Relaciones Públicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes.

FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL O MARCO CONCEPTUAL

La comunicación.- es la ciencia que estudia la transmisión de unos mensajes directa o indirectamente de un emisor a un receptor y de este a aquél, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos.

La Comunicación Organizacional.- Es un medio que, al fluir eslabona a las personas y grupos de la organización. La comunicación interpersonal dentro de las organizaciones se conoce como comunicación organizacional y se relaciona directamente con las metas, funciones y estructuras de las organizaciones. Existe una amplia gama de percepciones, definiciones y métodos de comunicación organizacional, no obstante pueden detectarse varios aspectos comunes.

Relaciones Pública.- es una disciplina encargada de gestionar la comunicación entre una organización y un mapa de públicos clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva. Es una disciplina planificada y deliberada que se lleva a cabo de modo estratégico.

Tiene la característica de ser una forma de comunicación bidireccional, puesto que no sólo se dirige a su público (tanto interno como externo) sino que también lo escucha y atiende sus necesidades, favoreciendo así la mutua comprensión, y permitiendo que se use como una potente ventaja competitiva a la hora de pretender un posicionamiento. Esta disciplina se vale de la publicidad, la información y la promoción no pagada para realizar su cometido.

La Junta Parroquial.- es el organismo encargado de velar por el adelanto y progreso de sus comunidades, es decir esta instancia coordina con las comunas y por ende emprende proyectos acogedores de acuerdo a su rango, comuna – parroquia – cantón – provincia de acuerdo a las autoridades competentes, la junta parroquial como su nombre lo dice está asentada en la parroquia para así ser el centro de atención comunitario.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

CONSTITUCION POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO V

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO

Capítulo I

Principios generales

Art. 238.- Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos provinciales, los concejos metropolitanos los concejos provinciales y los consejos regionales.¹¹

Art. 239.- El régimen de gobiernos autónomos descentralizados se regirá por la ley correspondiente, que establecerá un sistema nacional de competencias de carácter obligatorio y progresivo y definirá las políticas y mecanismo para compensar los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo.

Art. 240.- Los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones, metropolitanos, provinciales y cantonales tendrán facultades legislativa en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales.

¹¹ Constitución Política del Ecuador, 2008

Las juntas parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias. Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales.

Art. 241.- La planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados

Capítulo Segundo

Organización del territorio

Art. 243.- Dos o más regiones, provincias, cantones o parroquias contiguas podrán agruparse y formar mancomunidades, con la finalidad de mejorar la gestión de sus competencias y favorecer sus procesos de integración. Su creación, estructura y administración serán reguladas por la ley.

Art. 248.- Se reconocen las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación.

De acuerdo al ámbito legal de este proyecto la nueva constitución del Ecuador aprobada en la ciudad Alfaro (Montecristi) en julio del 2008, en el art. 238 del Capítulo primero de los Principios Generales señala: “Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales”,

es decir “Las juntas parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias. Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales” así lo señala el art. 240 de la organización territorial del estado. De acuerdo a la nueva estructura de organización en las instancias gubernamentales, donde se requiere más enlace con los organismos provinciales es necesario impulsar una comunicación acertada, una buena conectividad con organismos gubernamentales cantonales y provinciales para así buscar el desarrollo y adelanto de la parroquia y sus comunidades.

Por otro lado, se mantendría informado de todo el accionar de esta junta a través de los medios de comunicación, debido a que se enviaría boletines de prensa y comunicado de las diversas actividades y programas realizados y a realizar. Lo que se busca es mantener la comunicación y así mismo la organización que permitan la integración de estrategias y planes de acción en beneficio de las comunidades y por ende de sus pobladores.

Al cumplir el rol como relacionista público se debe respetar mucho el código profesional de las relaciones públicas y la prensa como lo estipula en el art. 3: “Los informes transmitidos por la relaciones publicas pueden referirse a la vida de una empresa o de un organismo, así como a todas las formas de su actividad, producción, servicios que rinden o iniciativas que pueden ser de interés para el público”.

Capítulo IV

Parroquias Rurales Artículo 24.- Parroquias rurales.- Las parroquias rurales constituyen circunscripciones territoriales integradas a un cantón a través de ordenanza expedida por el respectivo concejo municipal o metropolitano.

Artículo 25.- Creación.- Corresponde al respectivo concejo metropolitano o municipal la creación o modificación de parroquias rurales, mediante ordenanza que contendrá la delimitación territorial y la identificación de la cabecera parroquial. El proyecto contendrá la descripción del territorio que comprende la parroquia rural, sus límites, la designación de la cabecera parroquial y la demostración de la garantía de cumplimiento de sus requisitos. En caso de modificación, el concejo metropolitano o municipal actuará en coordinación con el gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, garantizando la participación ciudadana parroquial para este efecto.

Artículo 26.- Requisitos.- Son requisitos para la creación de parroquias rurales los siguientes:

- a) Población residente no menor a diez mil habitantes, de los cuales por lo menos dos mil deberán estar domiciliados en la cabecera de la nueva parroquia;
- b) Delimitación física del territorio parroquial rural de manera detallada, que incluya la descripción de los accidentes geográficos existentes, y que no implique conflicto con parroquias existentes;
- c) Cuando la iniciativa sea de la ciudadanía de la parroquia rural, la solicitud deberá estar firmada por al menos el diez por ciento de los ciudadanos de la futura parroquia, mayores de dieciocho años;
- d) Informe técnico del gobierno cantonal o distrital correspondiente; y

e) Para las parroquias que tienen límites con otro país se requerirá el informe técnico del ministerio correspondiente.

En las provincias amazónicas y fronterizas, por razones, entre otras, de interés nacional como la creación de fronteras vivas, las necesidades del desarrollo territorial, la densidad poblacional, debidamente justificadas, el requisito de población para la creación de parroquias rurales será de dos mil habitantes en el territorio de la futura parroquia rural. En los cantones conformados mayoritariamente por población indígena, afro ecuatoriana y/o montubia, se podrán crear parroquias rurales con un mínimo de cinco mil habitantes.

Artículo 27.- Fusión.- Dos o más parroquias rurales contiguas de un cantón podrán fusionarse por iniciativa propia, para constituirse en una nueva parroquia rural, para lo que se requerirá contar con el voto favorable de la mayoría absoluta de los miembros de las respectivas juntas parroquiales.

Con la decisión mayoritaria favorable de los miembros de las respectivas juntas parroquiales rurales, sus presidentes presentarán al alcalde metropolitano o municipal el proyecto de fusión para que lo ponga a conocimiento y aprobación del concejo metropolitano o municipal. El proyecto de ordenanza de fusión determinará su denominación, la cabecera parroquial, definirá el espacio territorial y límites que serán los correspondientes a las parroquias fusionadas, y ordenará que se convoque a elecciones de autoridades dentro de los próximos cuarenta y cinco días.

Las parroquias rurales que se fusionen recibirán del gobierno central el financiamiento total de una obra o proyecto de interés prioritario de las parroquias fusionadas, siempre que tenga impacto en el desarrollo parroquial y en la atención de necesidades básicas insatisfechas.

TÍTULO III

GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS

Artículo 28.- Gobiernos autónomos descentralizados.- Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias.

Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados:¹²

- a) Los de las regiones;
- b) Los de las provincias;
- c) Los de los cantones o distritos metropolitanos; y,
- d) Los de las parroquias rurales.

De los gobiernos autónomos descentralizados.- El ejercicio de cada gobierno autónomo descentralizado se realizará a través de tres funciones integradas:

- a) De legislación, normatividad y fiscalización;
- b) De ejecución y administración; y,
- c) De participación ciudadana y control social.

¹² Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralizado

Capítulo IV

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural

Sección Primera

Naturaleza jurídica, sede y funciones

Artículo 63.- Naturaleza jurídica.- Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por los órganos previstos en este Código para el ejercicio de las competencias que les corresponden. La sede del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural será la cabecera parroquial prevista en la ordenanza cantonal de creación de la parroquia rural.

Artículo 64.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial;
- d) Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; el de ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y, realizar en

forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;

e) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley;

f) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia;

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;

i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad;

j) Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución;

k) Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias;

l) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de su circunscripción territorial en mingas o cualquier otra forma de participación social, para la realización de obras de interés comunitario;

m) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias; y,

n) Las demás que determine la ley.

Artículo 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural.- Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

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

Sección Segunda

De la Junta Parroquial Rural

Artículo 66.- Junta parroquial rural.- La junta parroquial rural es el órgano de gobierno de la parroquia rural. Estará integrado por los vocales elegidos por votación popular, de entre los cuales el más votado lo presidirá, con voto dirimente, de conformidad con lo previsto en la ley de la materia electoral. El segundo vocal más votado será el vicepresidente de la junta parroquial rural.

Artículo 67.- Atribuciones de la junta parroquial rural.-

A la junta parroquial rural le corresponde:

- a) Expedir acuerdos, resoluciones y normativa reglamentaria en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, conforme este Código;
- b) Aprobar el plan parroquial de desarrollo y el de ordenamiento territorial formulados participativamente con la acción del consejo parroquial de planificación y las instancias de participación, así como evaluar la ejecución;
- c) Aprobar u observar el presupuesto del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, que deberá guardar concordancia con el plan parroquial de desarrollo y con el de ordenamiento territorial; así como garantizar una participación ciudadana en la que estén representados los intereses colectivos de la parroquia rural, en el marco de la Constitución y la ley. De igual forma, aprobará u observará la liquidación presupuestaria del año inmediato anterior, con las respectivas reformas;

- d) Aprobar, a pedido del presidente de la junta parroquial rural, trasposos de partidas presupuestarias y reducciones de crédito, cuando las circunstancias lo ameriten;
- e) Autorizar la contratación de empréstitos destinados a financiar la ejecución de programas y proyectos previstos en el plan parroquial de desarrollo y de ordenamiento territorial, observando las disposiciones previstas en la Constitución y la ley;
- f) Proponer al concejo municipal proyectos de ordenanzas en beneficio de la población;
- g) Autorizar la suscripción de contratos, convenios e instrumentos que comprometan al gobierno parroquial rural;
- h) Resolver su participación en la conformación del capital de empresas públicas o mixtas creadas por los otros niveles de gobierno en el marco de lo que establece la Constitución y la ley;
- i) Solicitar a los gobiernos autónomos descentralizados metropolitanos, municipales y provinciales la creación de empresas públicas del gobierno parroquial rural o de una mancomunidad de los mismos, de acuerdo con la ley;
- j) Podrán delegar a la economía social y solidaria, la gestión de sus competencias exclusivas asignadas en la Constitución, la ley y el Consejo Nacional de Competencias;
- k) Fiscalizar la gestión del presidente o presidenta del gobierno parroquial rural, de acuerdo al presente Código;
- l) Destituir al presidente o presidenta o vocales del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural que hubiere incurrido en las causales previstas en la ley, con el voto conforme de cuatro de cinco miembros, garantizando el debido proceso. En este caso, la sesión de la junta será convocada y presidida por el vicepresidente de la junta parroquial rural;
- m) Decidir la participación en mancomunidades o consorcios;
- n) Conformar las comisiones permanentes y especiales, que sean necesarias, con participación de la ciudadanía de la parroquia rural,

y aprobar la conformación de comisiones ocasionales sugeridas por el presidente o presidenta del gobierno parroquial rural;

o) Conceder licencias a los miembros del gobierno parroquial rural, que acumulados, no sobre pasen sesenta días. En el caso de enfermedades catastróficas o calamidad doméstica debidamente justificada, podrá prorrogar este plazo;

p) Conocer y resolver los asuntos que le sean sometidos a su conocimiento por parte del presidente o presidenta de la junta parroquial rural;

q) Promover la implementación de centros de mediación y solución alternativa de conflictos, según la ley;

r) Impulsar la conformación de organizaciones de la población parroquial, tendientes a promover el fomento de la producción, la seguridad ciudadana, el mejoramiento del nivel de vida y el fomento de la cultura y el deporte;

s) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra forma de participación social para la realización de obras de interés comunitario;

t) Designar, cuando corresponda, sus delegados en entidades, empresas u organismos colegiados;

u) Emitir políticas que contribuyan al desarrollo de las culturas de la población de su circunscripción territorial, de acuerdo con las leyes sobre la materia; y,

v) Las demás previstas en la Ley.

CAPITULO II

METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

El uso adecuado de métodos, procedimientos, estrategias y técnicas para el desarrollo de esta investigación, aplicada en el lugar determinado: Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena, permite resolver problemas de carácter institucional, lógico, secuencial y participativo. Se considera que los lineamientos de la investigación, acción, en la ejecución del proyecto será punto de partida para mejorar la comunicación organizacional y su incidencia en las relaciones publicas.

El método que se utilizo en el proceso de recolección de datos se dio a través, de la técnica del cuestionario, elaborado para realizarse como una entrevista, en la cual se plantean 26 interrogantes, integrado por preguntas cerradas, el mismo comprende datos generales así como aquellos que buscan investigar las situaciones y el manejo de las Relaciones Públicas en forma propia de cada Organismo.

A continuación se da el proceso de análisis, interpretación, tabulación y presentación de la información, la cual se obtuvo de los sujetos de estudio. En cuanto a la presentación de la información las preguntas se proyectan gráficos correspondientes pero en su mayoría se da un análisis objetivo.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Modalidad de la Investigación

Este proyecto responde a dos tipos de métodos investigativos, tomado del libro “Como desarrollar una tesis”, del Msc. Wilson Gonzalo Paredes G., edición 2009.

- El primer método de investigación es de **campo**, ya que se busca tomar contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.
- Y el segundo método es el **documental bibliográfico**, porque vamos a conocer, comparar, ampliar profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores, basándome en libros o publicaciones.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación dio la pauta para que el estudio sea descriptivo, ya que se determinó de una forma independiente la conceptualización o las variables referidas en la investigación

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

El presente estudio se realizara en la Parroquia José Luís Tamayo, tiene un área de 5.05 km², de extensión territorial, con una población de 21.682 habitantes aproximadamente ubicada al sur del cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena.

Al Norte.- Desde la Ciudadela la Milina y bordeando sus playas de Costa de Oro y Carolina (antes campamentos minero Santa Rita), hasta Puerto Lucia teniendo como referencia la carretera principal La Libertad – Salinas.

Al Sur.- Procesadora Mar y Sal parte de Mar Bravo, donde se ubican los barrios Vinicio Yagual y Mar y Sal.

Al Este.- Desde la Ciudadela Santa Paula, tomando como referencia la carretera vía Punta Carnero hasta el barrio Nicolás Lapenty, donde se encuentra el cementerio general.

Al Oeste.- De este punto costanero a la altura latitudinal del barrio Brisas del Mar, sigue la línea Costa Norte desde el punto situado al oeste del Mar Bravo hasta los barrios 9 de Octubre y 6 Diciembre.

Al mencionar universo poblacional nos referimos a la totalidad de las personas involucradas en la investigación.

La población, Directivos de la Junta Parroquial, Presidentes de los Barrios de José Luís Tamayo y a la comunidad un total de **393** participantes.

Cuadro de distribución de población

Cuadro #1

| Descripción | Lugar | Población |
|---------------------------|----------------------------|-----------|
| Autoridades | Parroquia José Luis Tamayo | 5 |
| Presidente de los barrios | | 14 |
| Comunidad | | 374 |
| Total | | 393 |

$N = Población = Habitantes en la Parroquia José Luis Tamayo = 21.682$

$E = Nivel de error = 5\% = 0.05$

MUESTRA

$N = Población = habitantes en la Parroquia José Luis Tamayo = 21.682$

$E = Nivel de error = 5\% = 0.05$

La muestra de estudio se las realizará a **393** personas de **18 a 45** años de edad, los sitios escogidos para realizar las encuestas son: Centros comerciales, instituciones, mercados y parques.

Cuadro #2

Cálculo del tamaño de la muestra (n):

$$\begin{array}{l} n = \frac{N (P.Q)}{(N-1) (e/k)^2 + PQ} = \frac{21.682 (0.25)}{(21.682-1) (0.05/2)^2 + 0.25} = \\ n = \frac{5420.5}{21681(0.00025/4)+0.25} = \frac{5420.5}{21681(0.000625)+0.25} = \\ n = \frac{5420.5}{13.550625+0.25} = \frac{5420.5}{13.800625} = \\ n = 392.7720665 \quad R//. \quad n= 393 \end{array}$$

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Técnicas

Son instrumentos de carácter formal que emplean procesos sistemáticos en el registro de observaciones. Al realizar la investigación se ha seleccionado diversidad de técnicas, las que permitirán registrar datos, brindar información desde los actores de población. Indispensable son:

La encuesta.- cuestionamiento que nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ello. Se refiere a un grupo de preguntas seleccionadas que tiene como finalidad analizar los criterios acerca de la comunicación organizacional y su incidencia en las relaciones públicas para la Junta Parroquial de José Luis Tamayo.

La entrevista.- El formato que se siguió para la elaboración de la guía de entrevista, consistió en una serie de preguntas, la cual estaba compuesta por datos generales de la investigación. Se realiza con el afán de conseguir datos precisos que provienen de los afectos e interesados. Fundamental es conocer las percepciones en la ejecución del proyecto buscando alternativas de soluciones.

Investigación de Campo.- En virtud de que los datos requeridos para el proyecto (tanto a las autoridades, presidentes barriales y comunidad) se llevará a cabo en el lugar donde ocurren los hechos y se encuentran presentes las condiciones reales del objeto de estudio.

Investigación de acción.- para que a través de la recopilación de información, conclusiones válidas sean de aporte hacia un cambio de mejoramiento en la comunidad de José Luís Tamayo.

Al desarrollar el proceso de investigación se incrementará información específicamente sobre esa relación imperiosa entre la comunicación organizacional, la relaciones públicas, por lo tanto la **investigación es factible.**

PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACION

Para desarrollar la investigación observamos los siguientes pasos:

- **Investigación documental:** Se refiere a la compilación de todo tipo de información necesaria para la investigación en libros, publicaciones institucionales como obras etc.
- **Recolección de datos:** Se las realizará con herramientas de investigación, en este caso, encuestas dirigidas al grupo objetivo.

- **Revisión de datos:** Primero se clasifica y ordena todas las encuestas realizadas.
- **Elaboración de matrices** para ponderar los resultados en el programa de computación Microsoft Office Excel.
- **Tabulación:** Se realizarán preguntas pertinentes en la papeleta de encuesta dirigidas al grupo objetivo, para ser valoradas con uno y cero (1 y 0), uno en caso afirmativo, es decir si la respuesta fue **SI**, y cero en caso negativo, es decir si la respuesta es **NO**. Se trata de variables discretas, es decir que son perfectamente cuantificables y medibles.
- **Presentación gráfica:** Una vez tabulada las 374 encuestas, se aplicará una sumatoria y el cálculo porcentual para determinar el peso relativo global.
- **Diagnóstico.-** Una vez tabulado y graficado, se procederá al análisis situacional.
- **Propuesta:** Una vez analizado se procede dar la propuesta, crear un departamento de Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Parroquial de José Luís Tamayo del Cantón Salinas.

CAPITULO III

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para el procesamiento de la información se obtendrá un software, el mismo que permitirá el ingreso de la información, la tabulación y presentará los resultados en forma de gráficos y cuadros de datos, lo cual ayudará a la optimización de los recursos y al análisis.

Pasos para el análisis de la información, seleccionado el instrumento, cada pregunta representará lo que se quiere medir.

1.- Obtenido los resultados de la información ingresada en el software, se los representará en gráficos y cuadros estadísticos.

2.- Se analizarán los resultados con expertos estadísticos.

3.- Al tratarse de variables correlacionadas se debe realizar un análisis inferencial, a fin de determinar si la variable independiente influye sobre la variable dependiente.

4.- Se analizará los resultados de la investigación para concluir, recomendar y elaborar la intervención.

Resultados de las encuestas realizada a la Comunidad.

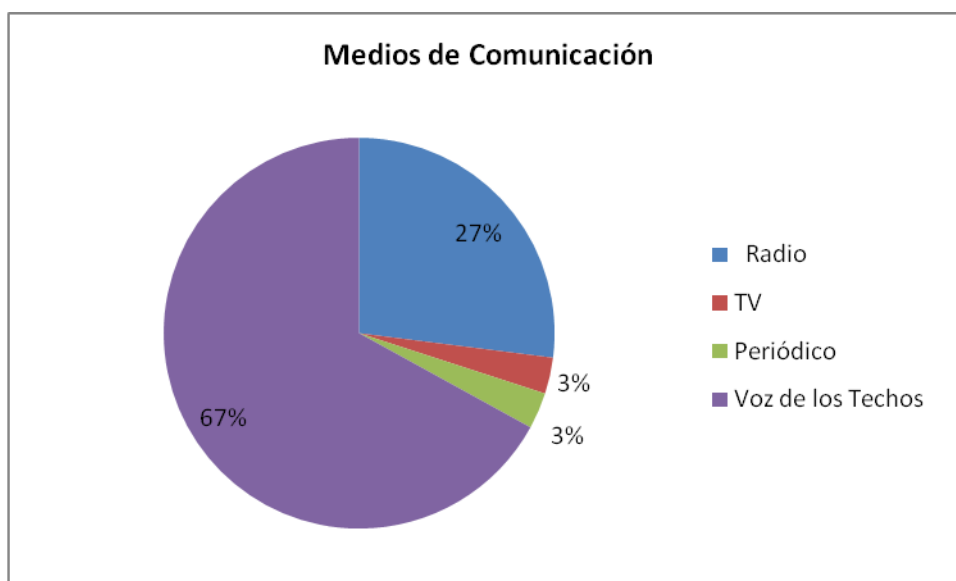
1.- ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted considera que apoyan las actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo?

Cuadro #3

| Medios de Comunicación | | | |
|------------------------|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | Fa |
| Radio | 102 | 27% | 102 |
| TV | 10 | 3% | 112 |
| Periódico | 12 | 3% | 124 |
| Voz de los Techos | 250 | 67% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
Autora: Lizcet Rosales.

GRAFICO # 1



Autora: Lizcet Rosales.

La innovación de los medios de comunicación, es fundamento para el desarrollo de la comunicación por eso es importante que los medios locales informen, difundan las actividades que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo.

Los datos indicaron que un promedio del 67% del grupo encuestado expreso la radio comunitaria, que es la Voz de los Techos, el 27% de los encuetados índico que las radios, el 3% manifestó medios escritos y finalmente el 3% expreso el medio televisivo, debido a que no le dan importancia a las actividades que se realizan

El medio de comunicación que existe dentro de la localidad Tamayense, hace varios años está presente de las actividades que se realiza en la comunidad, a través de este medio se comunican todas las acciones a realizarse dentro del sector, pero hay que tomar en cuenta que es una comunicación interna.

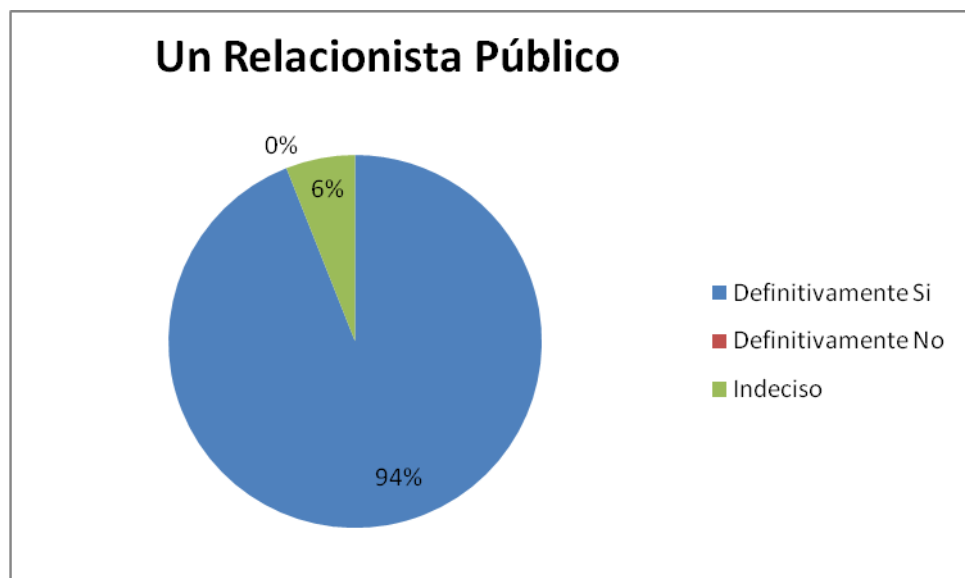
2.-¿Creé usted que debe existir un relacionista público en el Gobierno Autónomo descentralizado Parroquial de José Luís Tamayo?

Cuadro #4

| Un relacionista público | | | |
|-------------------------|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 352 | 94% | 352 |
| Definitivamente No | 0 | 0% | 0 |
| Indeciso | 22 | 6% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora: Lizcet Rosales.

Grafico#2



Autora: Lizcet Rosales.

Un relacionista público cumple el principal en una empresa, institución pública o privada, ya que crea la imagen institucional y la proyecta hacia la sociedad.

La comunidad Tamayense en la encuesta realizada manifestó, que el 94% está totalmente de acuerdo que el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo tenga un Relacionista Público ya que esa persona se encargará de realizar y comunicar todas las actividades que realice la institución a nivel Provincial y que por ende la institución tendrá una buena comunicación organizacional, el 6% de encuestados nos manifestaron estar indecisos, puesto que desconocen la labor que realiza un Relacionador público.

El relacionista público de una institución sea privada o pública debe cumplir sus funciones responsablemente en su área de trabajo en beneficio para la comunidad.

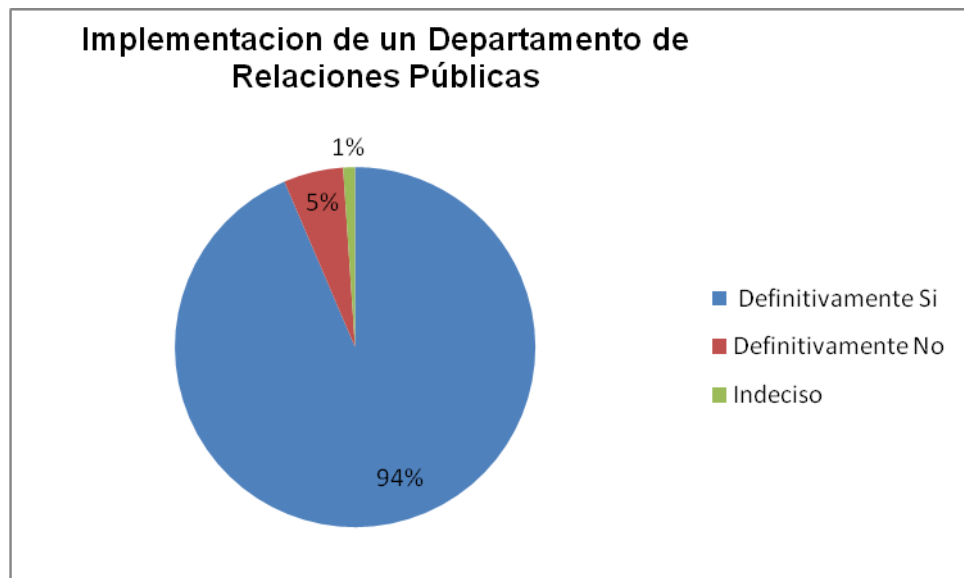
3.-¿Creé usted que es importante la implementación de un departamento de Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo?

Cuadro #5

| Implementación del departamento de Relaciones Públicas | | | |
|--|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 350 | 94% | 350 |
| Definitivamente No | 20 | 5% | 370 |
| Indeciso | 4 | 1% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora: Lizcet Rosales.

Grafico # 3



Autora: Lizcet Rosales.

Es necesario que la población conozca de las actividades y decisiones que la Junta Parroquial realice por ello es importante un departamento comunicación

En 94% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo con la implementación de un departamento de relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado, ya que la población va a conocer de las actividades y decisiones, el 5 % no están de acuerdo puesto que ellos creen que si existe un departamento de relaciones públicas porque existe una persona miembro principal de la institución o vocal que se encarga de asumir esta responsabilidad y finalmente 1% expreso estar indeciso puesto que no tienen conocimiento de la importancia de un departamento de relaciones públicas.

En consecuencia se considera que es necesaria la creación de un departamento de Relaciones Pública para la Junta Parroquial de José Luis Tamayo, ya que se busca insertar las organizaciones dentro de la comunidad, y que haya una verdadera comunicación organizacional y de relaciones pública.

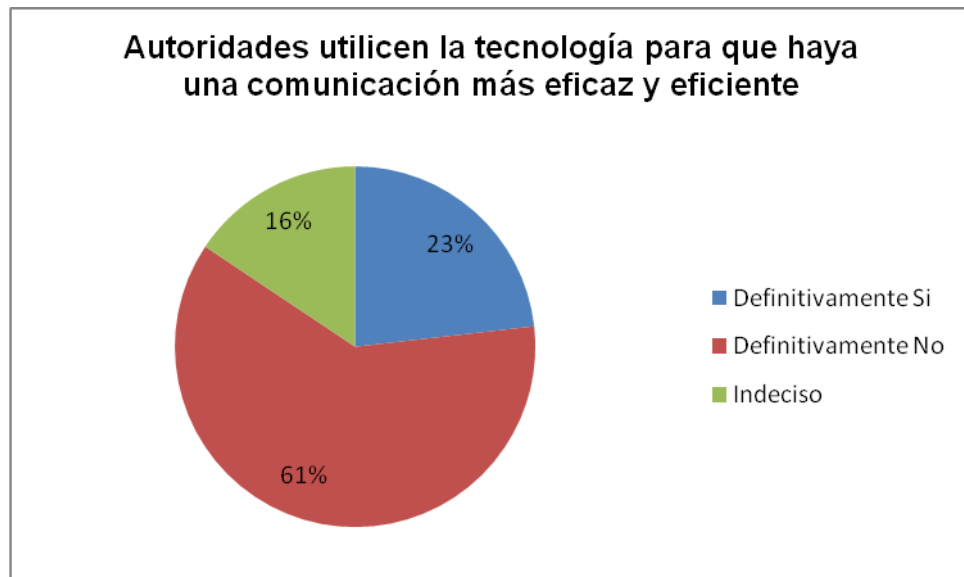
4.- ¿Cree usted que las actuales autoridades utilicen este sistema para que haya una comunicación eficaz y eficiente?

Cuadro # 6

| comunicación eficaz y eficiente | | | |
|---------------------------------|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 89 | 23% | 89 |
| Definitivamente No | 227 | 61% | 316 |
| Indeciso | 58 | 16% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
Autora: Lizcet Rosales

Grafico # 4



Autora: Lizcet Rosales

El gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo solamente cuenta con un correo electrónico pero a su vez no lo utiliza frecuentemente y no es reconocido.

El sondeo realizado, el 61% de los Tamayense nos manifestaron que en los actuales momentos no cuenta con una buena comunicación tecnológica ya que es muy importante en la actualidad. La comunicación entre autoridades y la comunidad es de un 23% es muy poco para que haya una verdadera comunicación eficaz y eficiente, un 16% de indecisos.

Por ello se analizo que se debe implementar otras formas tecnológicas en beneficio para la población.

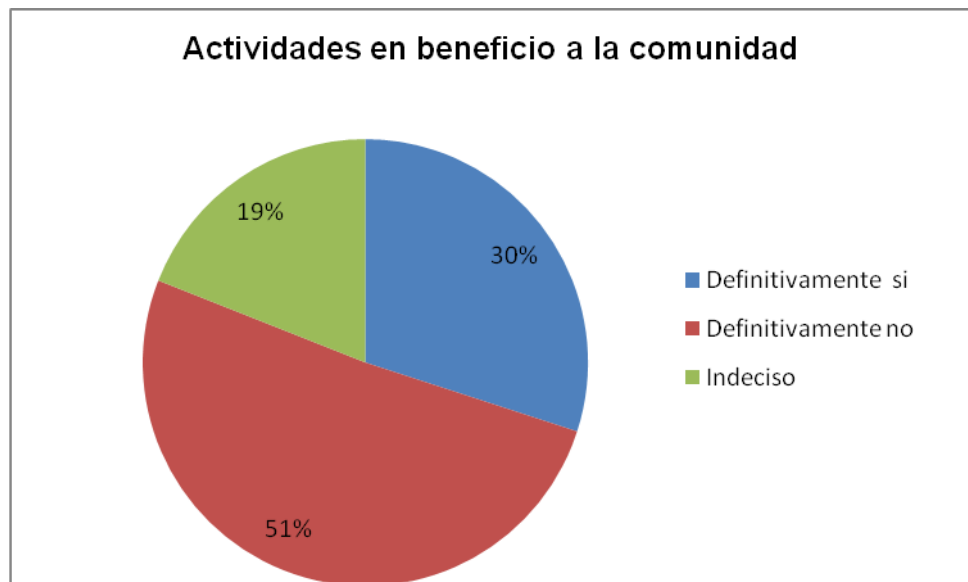
5.- ¿Creé usted que las autoridades han informado o comunicado de las actividades en beneficio a la comunidad?

Cuadro # 7

| Actividades en beneficio a la comunidad | | | |
|---|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente si | 111 | 30% | 111 |
| Definitivamente no | 189 | 51% | 300 |
| Indeciso | 74 | 19% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
Autora: Lizcet Rosales

Grafico # 5



Autora: Lizcet Rosales

Es importante que los gobiernos seccionales y autónomos mantengan informados a la comunidad de cada una de las actividades que se realicen en beneficio de ellas, por tal razón se considera necesario la realización la rendición de cuentas, esta actividad se la debe realizar cada mes, cada seis meses o en su efecto anualmente.

Con relación si se cree que las autoridades han informado o comunicado de las actividades que se realizan en beneficio a la comunidad el 51% de los encuestados expreso que definitivamente no, el 19% manifestó estar indeciso, y finalmente el 6% manifestó definitivamente si.

Es evidente la falta de comunicación organizacional a nivel provincial que existe dentro del sector de José Luis Tamayo, ya que dentro de esta jurisdicción hay dos asociaciones, la primera de ayuda Mutua “La Voz de los Techos” y la segunda de Beneficencia “Vecinos Unidos”, ambas organizaciones que se comunica a través de parlantes, los cuales están ubicados en los postes de luz de casi toda la localidad, pero hay que recalcar que este proceso comunicacional solo es interno.

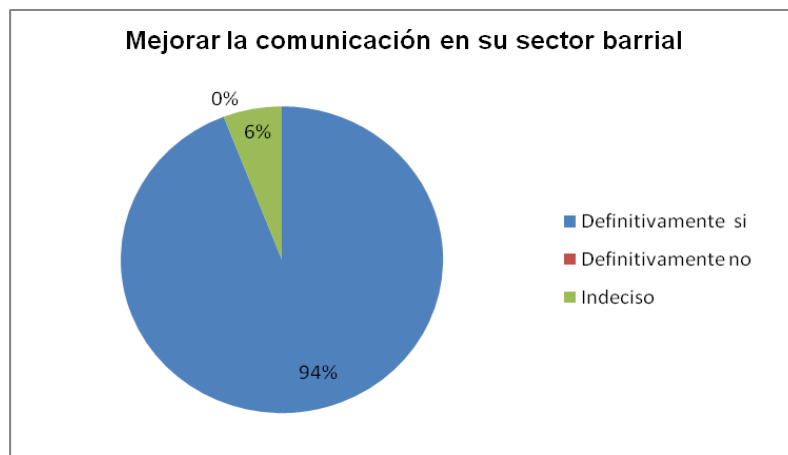
6.- ¿Estaría de acuerdo en mejorar la comunicación en su sector barrial?

Cuadro # 8

| Mejorar la comunicación en su se sector barrial | | | |
|---|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente si | 352 | 94% | 352 |
| Definitivamente no | 0 | 0% | 0 |
| Indeciso | 22 | 6% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
Autora: Lizcet Rosales

Grafico # 6



Autora: Lizcet Rosales

La comunicación organizacional en los barrios de un sector determinado, en la actualidad se torna relevante e importante, ya que la población cada año aumenta, efecto que hace que exista mayor comunicación e interrelación en los mismos.

Respecto a si se está de acuerdo con mejorar la comunicación en su sector barrial, el 94% de los encuestados expresaron definitivamente si, y finalmente el 6% indico estar indeciso.

Es notorio que la ciudadanía Tamayense desea mejorar la comunicación entre sus sectores barriales ya que juegan un papel importante en las acciones que se desarrollan, ellos son los gestores primordiales para el progreso de su comunidad.

Con la ley de participación social, la sociedad va a decidir su mejoramiento en su sector barrial.

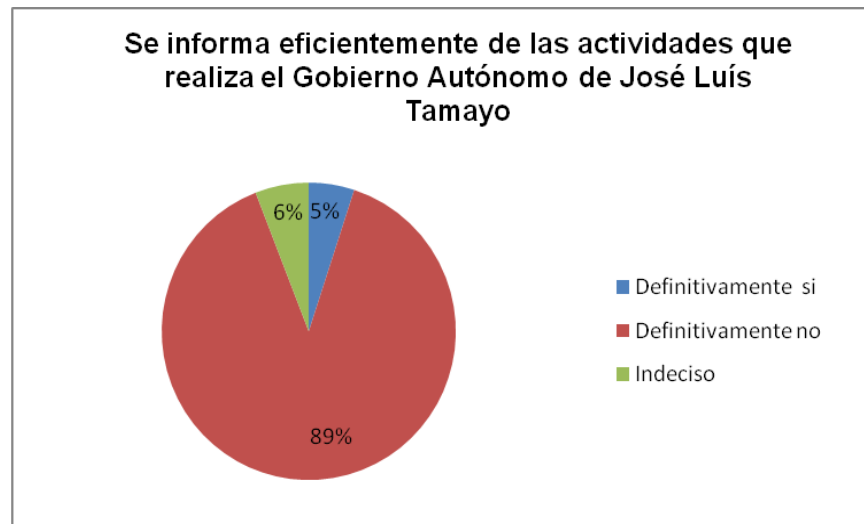
7.- ¿Considera que la comunidad Tamayense se informa eficientemente de las actividades que realiza el Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo?

Cuadro # 9

| Se informa eficientemente de actividades que se realiza | | | |
|---|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente si | 18 | 5% | 18 |
| Definitivamente no | 332 | 89% | 350 |
| Indeciso | 24 | 6% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora: Lizcet Rosales

Grafico # 7



Autora: Lizcet Rosales

La Junta Parroquial de José Luís Tamayo informa a la comunidad interna para mejor realce debe informar externamente.

Respecto si considera la comunidad Tamayense se informa eficientemente de las actividades que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo, el 89% indico definitivamente no, el 6% manifestó estar indeciso, y finalmente el 5% expreso definitivamente no

Informar a la sociedad de las diferentes actividades que un organismo público o privado es necesario, debido a que de esta manera tendrá más contacto con la colectividad que lo rodea.

8.- ¿Creé usted que existe una eficiente comunicación entre los diferentes presidentes de los sectores barriales para el logro de sus objetivos?

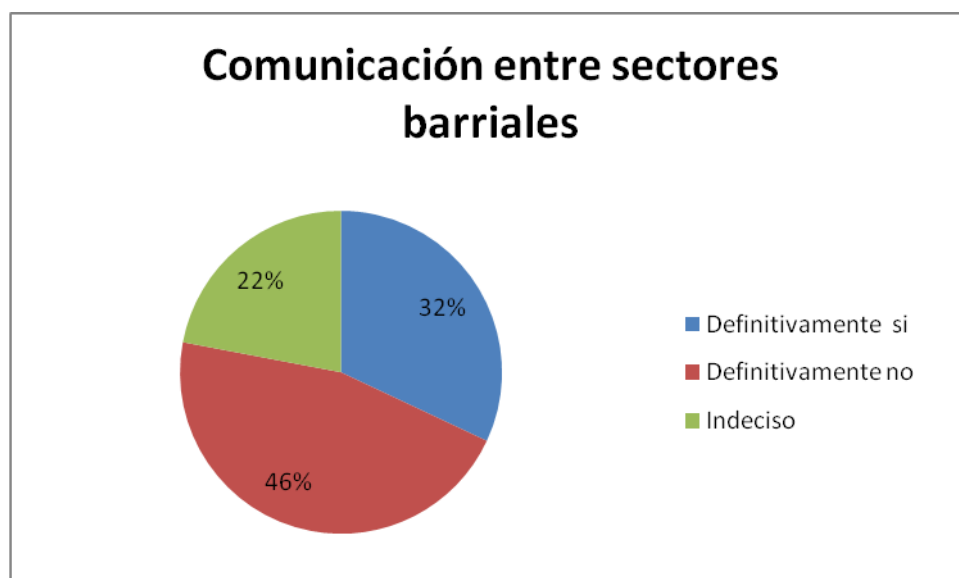
Cuadro #10

| Comunicación entre sectores barriales | | | |
|---------------------------------------|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente si | 118 | 32% | 118 |
| Definitivamente no | 173 | 46% | 291 |
| Indeciso | 83 | 22% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.

Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 8



Autora: Lizcet Rosales

Una eficiente comunicación entre los diferentes presidentes barriales en un sector, es elemental y primordial puesto que se informaría a la comunidad de las diferentes acciones que se realizan en beneficio de la misma.

El 46% de los encuestados indico estar en definitivamente no, el 32% en definitivamente si, debido a que cada presidente de cada sector barrial realiza reuniones permanentes con los habitantes que forman parte de su sector y finalmente el 22% del grupo encuestado manifestó estar indeciso, debido a la falta de coordinación.

Es notable que la comunidad Tamayense indica que no existe una eficiente comunicación con los sectores barriales, debido a una falta coordinación entre sus representantes.

9.- ¿Son tomadas en cuenta las opiniones de la comunidad en la planificación y organización de las actividades?

Cuadro #11

| Planificación y organización de las actividades | | | |
|---|-----|------|-----|
| ITEMS | F | fr | Fa |
| Definitivamente si | 108 | 5% | 108 |
| Definitivamente no | 173 | 89% | 281 |
| Indeciso | 93 | 6% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.

Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 9



Autora : Lizcet Rosales

Las opiniones de la comunidad, la planificación y la organización en la actualidad son esenciales, ya que de esta manera se pueden solucionar problemas del entorno social, buscando mejorar realizando acciones en beneficio de toda la colectividad.

El 89% de los encuestados expreso que definitivamente no son tomadas en cuenta las opiniones de la comunidad en la planificación y organización de las actividades, el 6% indico estar indeciso y finalmente el 5% manifestó definitivamente si.

Es importante que se tome en cuenta las opiniones de los ciudadanos puesto que son ellos el motor de la sociedad.

10.- ¿Considera que el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo muestra una imagen favorable para con la sociedad?

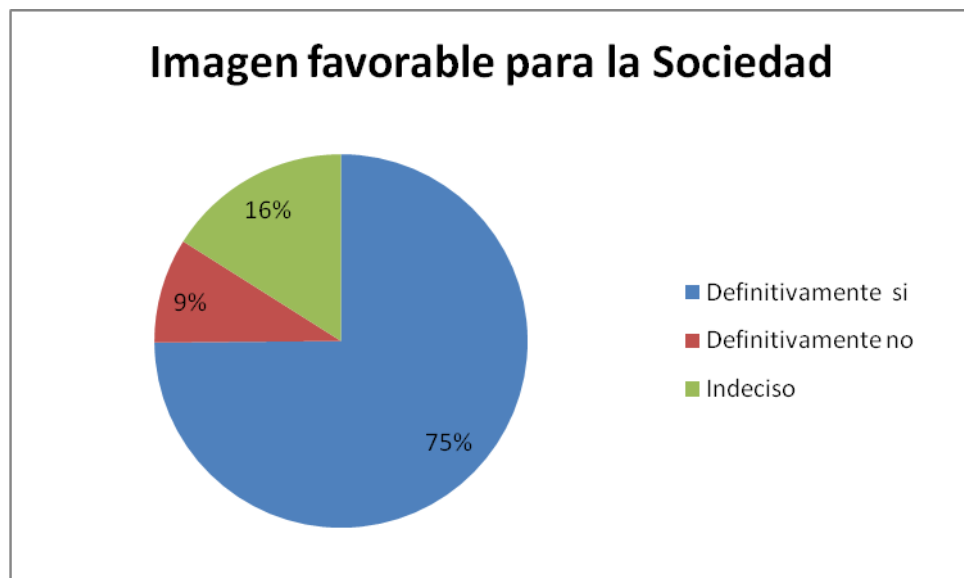
Cuadro #12

| Imagen favorable para la Sociedad | | | |
|-----------------------------------|-----|------|-----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente si | 280 | 75% | 280 |
| Definitivamente no | 34 | 9% | 314 |
| Indeciso | 60 | 16% | 374 |
| Total | 374 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.

Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 10



Autora : Lizcet Rosales

Concluir de qué manera generan una figura importante al desarrollo para la sociedad de la Provincia de Santa Elena

Un 75% de la comunidad Tamayense se considera una imagen de percepción positiva para la sociedad porque sus labores resultan con los objetivos que ellos se han propuestos. Esto se detecta en la calidad de trabajo realizado, ya que se abocan en cierta medida en la gestión y la ayuda del gobierno, el 16 % de indeciso y el 9 % nos indica que no tiene una imagen favorable del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo.

Las Instituciones son figuras de acción y no solo de palabras, ya sea en emergencias o en la ejecución de proyectos conjuntos con otras entidades, la sociedad debe ser organizada al servicio de ellos, cuando y como quieran.

ENCUESTAS REALIZADA A LOS PRESIDENTES DE LOS BARRIOS

1.- ¿Conoce usted que son las Relaciones Públicas?

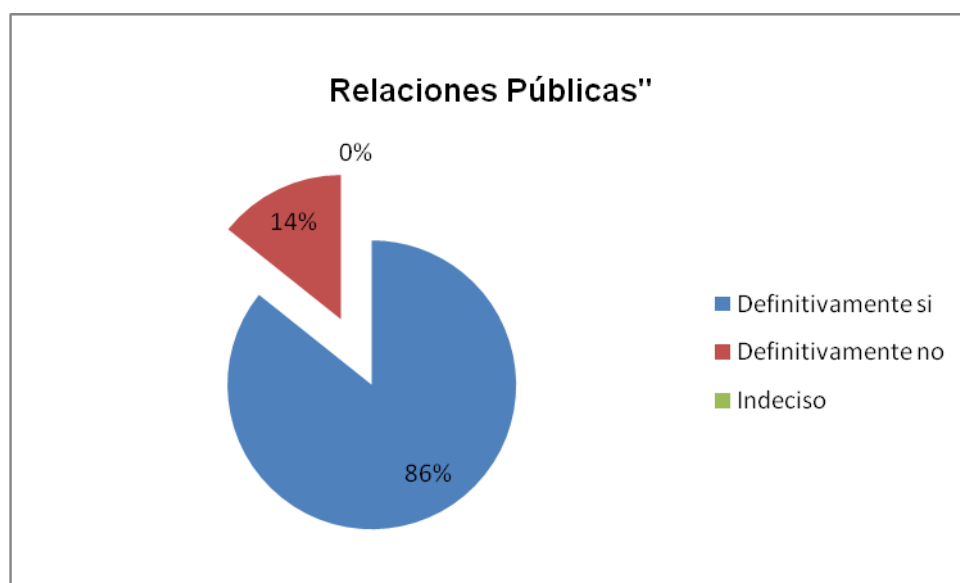
Cuadro #13

| Relaciones Públicas | | | |
|---------------------|----|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente si | 12 | 86% | 12 |
| Definitivamente no | 2 | 14% | 14 |
| Indeciso | 0 | 0% | 0 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.

Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 11



Autora: Lizcet Rosales

Las Relaciones Públicas, es parte fundamental en toda empresa y por ende para las instituciones ya sean públicas y privadas, es el departamento principal de toda organización.

Con relación a la pregunta que se planteo a los presidentes de los barrios de la Parroquia José Luis Tamayo, si conocen que son las Relaciones Públicas, el 86 % de los encuestados, es decir presidentes barriales del sector en estudio, nos indico que son conocedora de que son las relaciones públicas, y finalmente el 14% no saben, es decir desconocen el significado de la interrogante.

Es importante considerar que se debe ilustrar sobre el tema de las Relaciones Públicas a los presidentes barriales ya que son líderes y lideresas de un sector por lo tanto deben de tomar en cuenta cada uno de los problemas que se presentan dentro de su localidad y buscar soluciones y beneficios para su comunidad.

2.-¿Conoce usted el rol de un Relacionista Públicas?

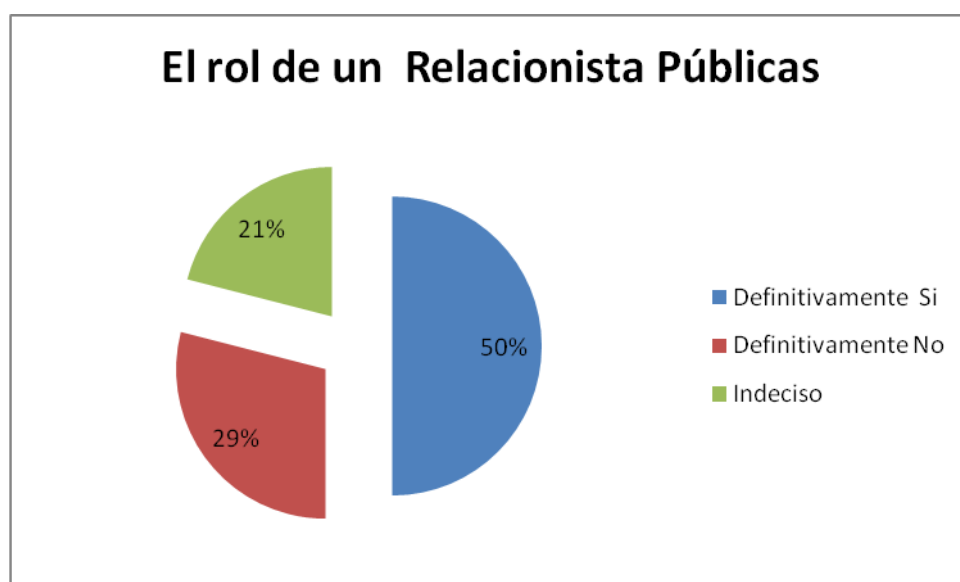
Cuadro # 14

| Rol de un Relacionista Público | | | |
|---------------------------------------|----------|-----------|-----------|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 7 | 50% | 7 |
| Definitivamente No | 4 | 29% | 11 |
| Indeciso | 3 | 21% | 14 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de la Encuesta

Autora: Lizcet Rosales.

Grafico # 12



Autora: Lizcet Rosales.

El relacionista público está encargado de mantener informado de las diferentes actividades que se realizan en la institución que labora, y mantiene una estrecha relación con la comunidad, medios de comunicación y demás organismos que se encuentran dentro y fuera de su localidad.

Los resultados obtenidos demostraron que el 50% de los encuestados, presidentes de los Barrios de la Parroquia José Luis Tamayo, conocen el rol que desempeña un relacionista público, el 29 % no está al tanto de cuál es el rol y de sus actividades y finalmente el 21% se mostro indeciso, debido al desconocimiento del rol que este desempeña.

Tomando en consideración el porcentaje que desconoce el rol que desarrolla un Relacionador público, según los datos obtenidos de las encuestas, se torna necesario difundir, dar a conocer la ciudadanía Tamayense de la actividad que desempeña y sus atribuciones.

3.- ¿Cuenta el Gobierno Autónomo de José Luis Tamayo con un departamento de Relaciones Públicas?

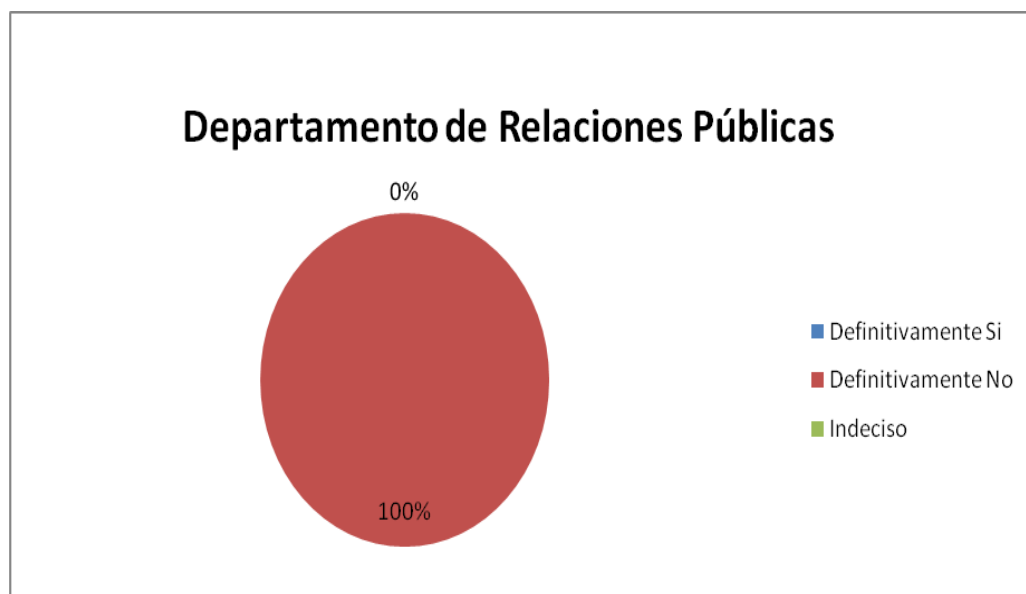
Cuadro #15

| Departamento de Relaciones Públicas | | | |
|-------------------------------------|----|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 0 | 0% | 0 |
| Definitivamente No | 14 | 100% | 14 |
| Indeciso | 0% | 0% | 0 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de la Encuesta

Autora: Lizcet Rosales.

Grafico # 13



Autora: Lizcet Rosales.

Hay que tomar en cuenta que la población Tamayense ha evolucionado con el transcurso del tiempo, en la actualidad se torna necesario la implementación de un departamento de Relaciones Publicas para la Junta Parroquial de este sector.

Es preocupante e interesante conocer que el 100% de los encuestados, expreso que no cuenta la Junta Parroquial de José Luís Tamayo, con un departamento de Relaciones Públicas, el mismo que se que se encargue de realizar las actividades relacionadas a esta, de una manera concreta e integral como tal.

En conclusión es necesario darle más interés a las Relaciones Publicas ya que son estas son importantes y aportan a un cambio de forma radical.

4.-¿Cómo califica la comunicación e interrelación entre juntas parroquial y su comunidad?

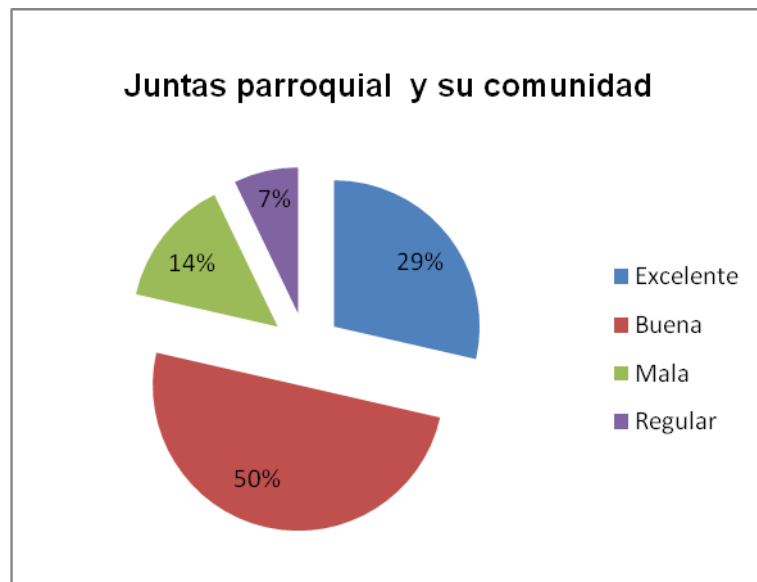
Cuadro # 16

| Junta Parroquial y su comunidad | | | |
|---------------------------------|----|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Excelente | 4 | 29% | 4 |
| Buena | 7 | 50% | 11 |
| Mala | 2 | 14% | 13 |
| Regular | 1 | 7% | 14 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de la Encuesta

Autora: Lizcet Rosales.

Grafico # 14



Autora: Lizcet Rosales.

Los presidentes de los barrios en la encuesta realizada nos manifestaron que califica a la junta Parroquial de la siguiente manera:

La comunicación entre la Junta Parroquial y su comunidad es de un 50% buena y un 29 % que es excelente por su labor, capacidad responsabilidad que ha asumido el presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado. El 14 % de los encuestados nos indico que es mala la comunicación, y un 7 % que es regular.

La ciudadanía que ya existe una nueva ley de ciudadanía va a ayudar a tener derecho que la comunidad exprese sus inquietudes de su sector barrial a las autoridades en este caso es el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo.

5.- ¿Se realizan reuniones permanentes con los líderes barriales en la comunidad?

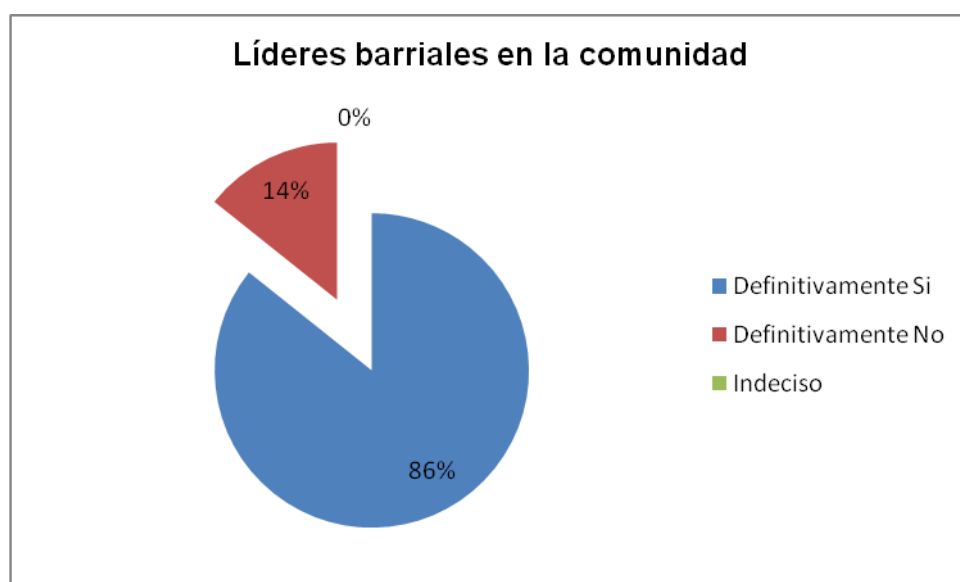
Cuadro #17

| Lideres Barriales en la comunidad | | | |
|-----------------------------------|----|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 12 | 86% | 12 |
| Definitivamente No | 2 | 14% | 14 |
| Indeciso | 0 | 0% | 0 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de la Encuesta

Autora: Lizcet Rosales.

Grafico # 15



Autora: Lizcet Rosales.

La realización de reuniones permanentes dentro de un sector determinado es fundamental puesto que se tratan temas de interés y se busca beneficiar a toda la colectividad que está dentro de ella.

El 86% de encuestado expreso definitivamente si se realizan reuniones permanentes con los líderes barriales en la comunidad y finalmente el 14% indico definitivamente no debido a la fala de comunicación que existe.

Se indaga mejorar las reuniones permanentes en beneficio para la comunidad para que haya acogida en las diferentes asambleas con los diferentes barrios que tiene la Parroquia José Luís Tamayo

6.- ¿Conoce usted, quién gestiona y presupuesta las obras para las comunidades Tamayense?

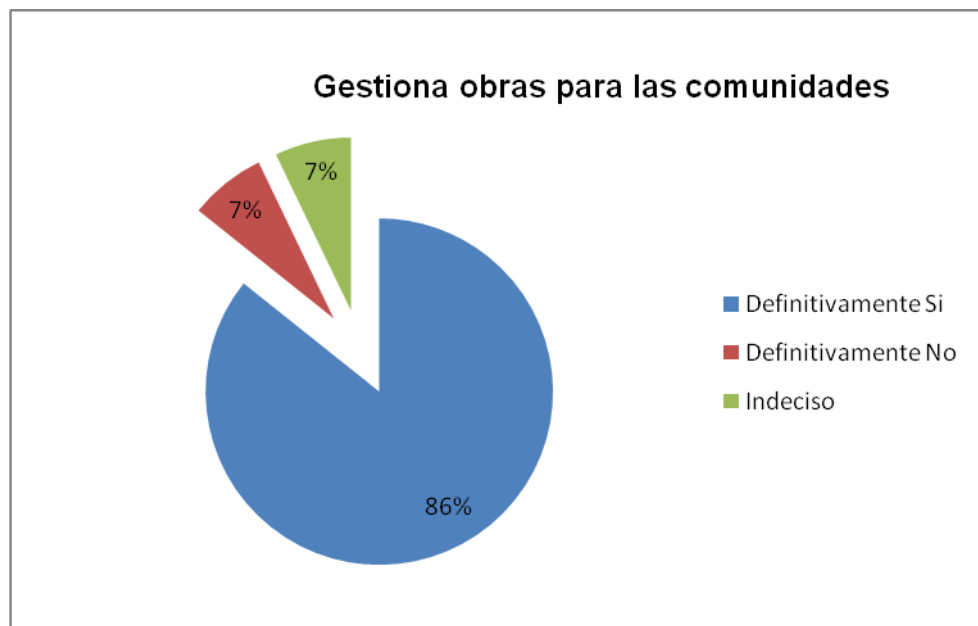
Cuadro #18

| Gestión obras para la comunidad | | | |
|---------------------------------|----|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 12 | 86% | 12 |
| Definitivamente No | 1 | 14% | 13 |
| Indeciso | 1 | 14% | 14 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de la Encuesta

Autora: Lizcet Rosales.

Grafico # 16



Autora: Lizcet Rosales.

La gestión para las obras que se realizan en beneficio de la comunidad es esencial ya que de esta manera se las autoridades emprenden acciones en base a las necesidades del pueblo.

El 86% de los encuestados indico definitivamente si, el 14% definitivamente no y finalmente el 14% manifestó estar indeciso, debido al desconocimiento de quien gestiona las actividades en su sector.

Los encuestados indicaron que las obras para la comunidad Tamayense las gestiona el Presidente de la Junta Parroquial como es un gobierno autónomo descentralizado y a su vez el gobierno del Cantón Salinas y la Gobernación.

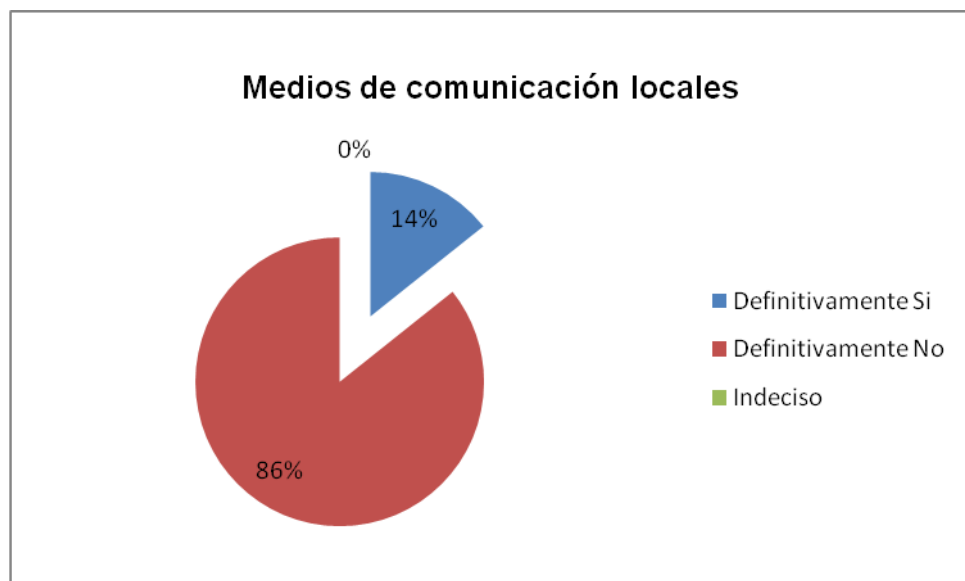
7.- ¿El Gobierno Autónomo difunde las actividades por los medios de comunicación locales?

Cuadro # 19

| Medios de Comunicación locales | | | |
|--------------------------------|----|------|----|
| ITEMS | F | fr | Fa |
| Definitivamente Si | 2 | 14% | 2 |
| Definitivamente No | 12 | 86% | 14 |
| Indeciso | 0 | 0% | 0 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 17



Autora : Lizcet Rosales

La difusión de las actividades por parte de las instituciones públicas y privadas es necesaria ya de esta manera se dan a conocer a toda la comunidad de las diferentes acciones que se realizan en beneficio de la población.

El 86% de los encuestados expresaron definitivamente no, el 14% en definitivamente si, debido a la falta de comunicación organizacional que existe para la difusión de las actividades.

Es notorio que no existe difusión de las actividades que se realizan dentro del Gobierno Autónomo descentralizado de la Junta Parroquial de José Luis Tamayo ya que no existe el personal idóneo para la realización de este trabajo.

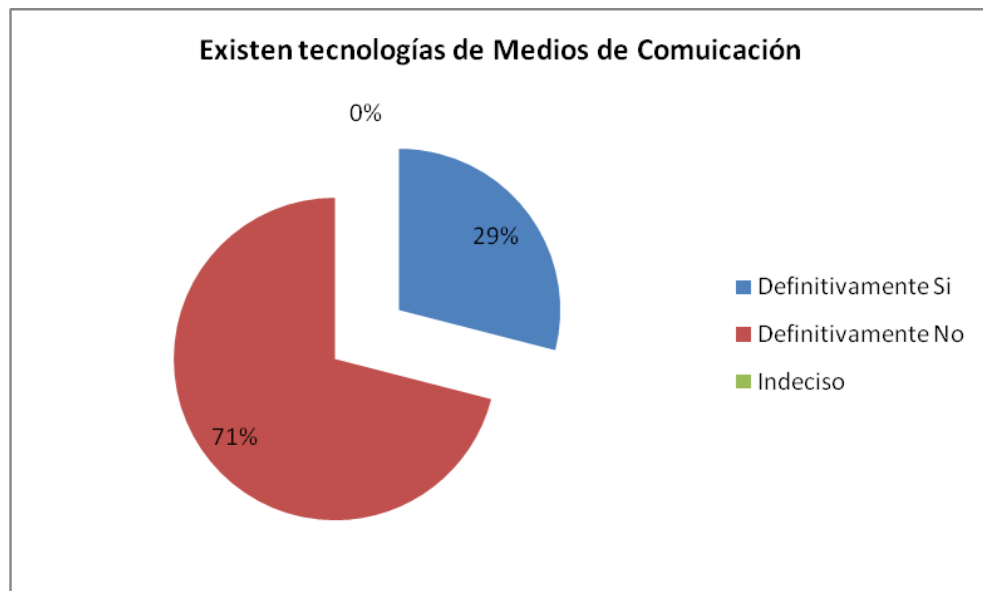
8.- ¿Con el uso de la tecnología, existen varias formas de comunicación, entre ellos el correo electrónico, página web, Twiter, Facebook; la institución a la que pertenece tiene algunos de estos medios de comunicación social?

Cuadro # 20

| Tecnologías de Medios de Comunicación | | | |
|---------------------------------------|----|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 4 | 29% | 4 |
| Definitivamente No | 10 | 71% | 14 |
| Indeciso | 0 | 0% | 0 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora : Lizcet Rosales

Grafico #18



Autora : Lizcet Rosales

La tecnología es muy importante en toda institución pública por ello preciso estar relacionados con los avances tecnológicos que están en boga en la actualidad.

En relación a las redes sociales, es decir de pagina Web, Twiter, Facebook, un 71% de los presidentes de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo no cuenta con estos medios de comunicación de masas y finalmente un 29% manifiesto que solo existe un correo electrónico pero no es conocido por toda la comunidad Tamayense y por ende no se conoce a nivel Provincial.

Por esta razón y en base a los datos obtenidos, se considera que es necesario aplicar estos medios de comunicación, los mismos que beneficiarían a la institución en cuanto a la difusión de actividades de la Junta Parroquial Tamayense.

9.- ¿Cómo considera usted la comunicación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado y las instituciones públicas o barriales que existen en José Luis Tamayo?

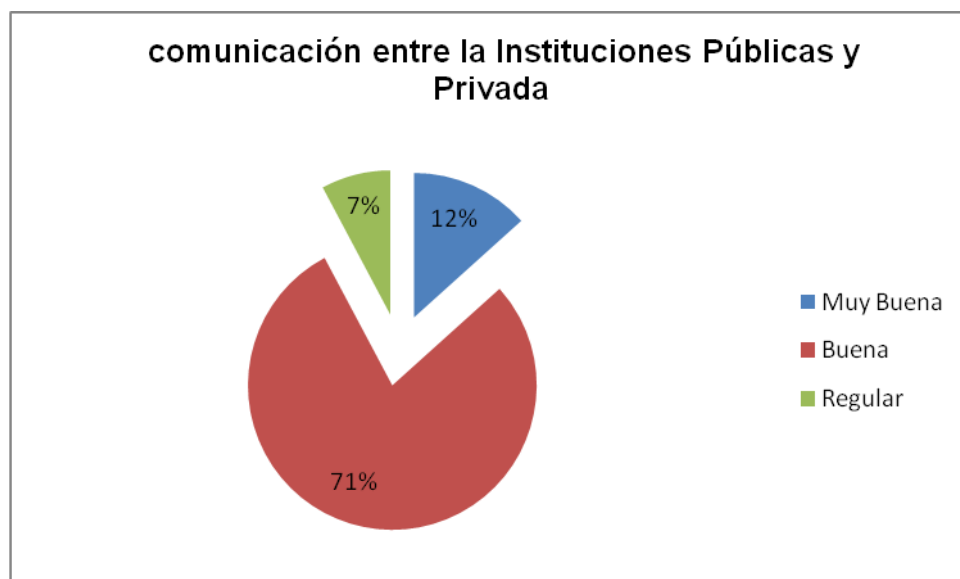
Cuadro # 21

| Comunicación entre la Instituciones Pública y Privada | | | |
|---|----|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Muy Buena | 3 | 12% | 3 |
| Buena | 10 | 71% | 13 |
| Regular | 1 | 7% | 14 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.

Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 19



Autora : Lizcet Rosales

La comunicación debe estar presente en toda institución ya sea esta pública o privada ya que beneficiaría al buen desempeño laboral de la organización.

El 71% de los encuestados expreso que la comunicación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado es Buena, el 12% indico que es Muy Buena y finalmente el 7% indico que la comunicación es Regular.

Es importante considerar que debe existir una excelente comunicación entre Los presidentes barriales consideran que la comunicación entre Junta Parroquial y las institución educativas, barriales, deportiva que pertenece la Parroquia José Luís Tamayo,

10.- ¿Está usted de acuerdo que toda ejecución de los planes y programas del Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo, debe existir algún nivel jerárquico del cual parten los lineamientos para su ejecución?

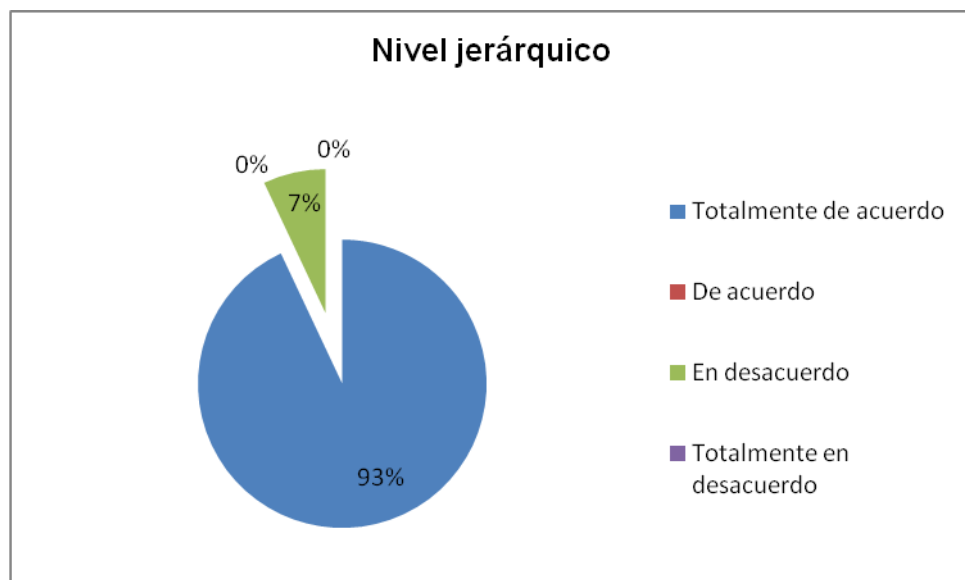
Cuadro # 22

| Nivel Jerárquico | | | |
|--------------------------|----|------|----|
| ITEMS | F | fr | fa |
| Totalmente de acuerdo | 13 | 93% | 13 |
| De acuerdo | 0 | 0% | 13 |
| En desacuerdo | 1 | 7% | 14 |
| Totalmente en desacuerdo | 0 | 0% | 14 |
| Total | 14 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.

Autora: Lizcet Rosales

Grafica # 20



Autora : Lizcet Rosales

Los planes y programas del Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo, debe existir algún nivel jerárquico

El 93% está totalmente de acuerdo, de una institución pública que trabaja en diferentes áreas como salud, educación, vivienda, alimentación, asfaltado de calles entre otras, estos lineamientos parten de una sola persona, la cual se le denomina el presidente de la Junta Parroquial. Y un 7% está en desacuerdo.

Hay comisiones encargadas dan conocer hasta el más mínimo detalle de cómo y de qué manera se están llevando a cabo proyectos, planes y obras.

Entrevistas realizada a los Miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Junta Parroquial de de José Luís Tamayo.

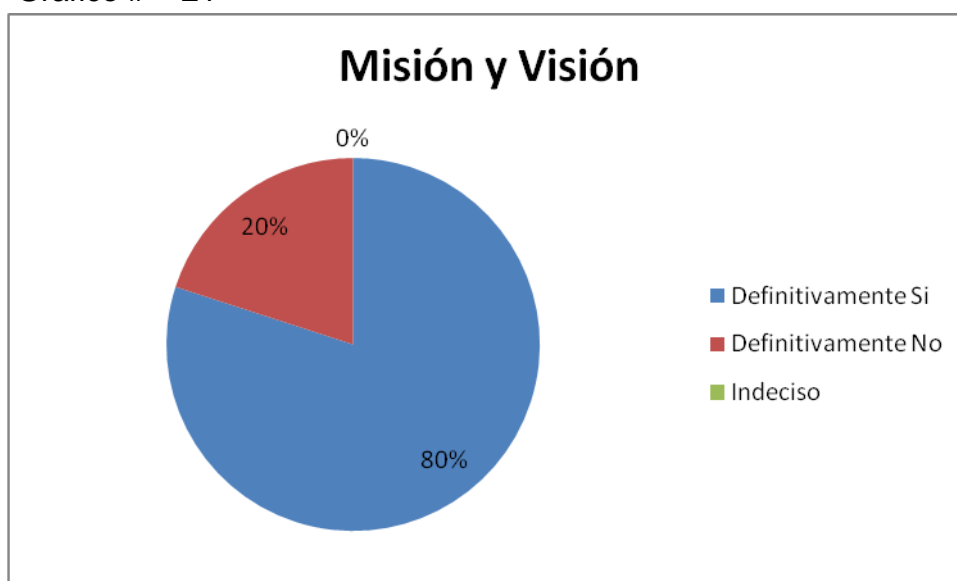
1.- ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo está cumpliendo con su misión y su visión?

Cuadro # 23

| Misión y Visión | | | |
|--------------------|---|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 4 | 80% | 4 |
| Definitivamente No | 1 | 20% | 5 |
| Indeciso | 0 | 0% | 0 |
| Total | 5 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 21



Autora : Lizcet Rosales

Cada Organismo tiene misiones y visiones diferentes, pero con un mismo fin, brindar bienestar y desarrollo a la sociedad. Estos van orientados desde derechos de los niños, salud, educación, etc.

Un 80% consideró que se cumple con su visión y misión, ya que de cierta forma están al servicio de la población. El 20% de los entrevistados, miembros de la Junta Parroquial manifestaron que en cierta medida no se cumple con la misión y visión ya que no cuenta con mucho personal y no cuenta con el apoyo en el área de personal, técnico y financiero.

Es interesante conocer y observar, los valores y perspectivas para los cuales fueron creados estos Organismos, en las áreas como salud, educación, de tipo financiero y que para la mayoría de sus representantes estas estén correctamente organizadas.

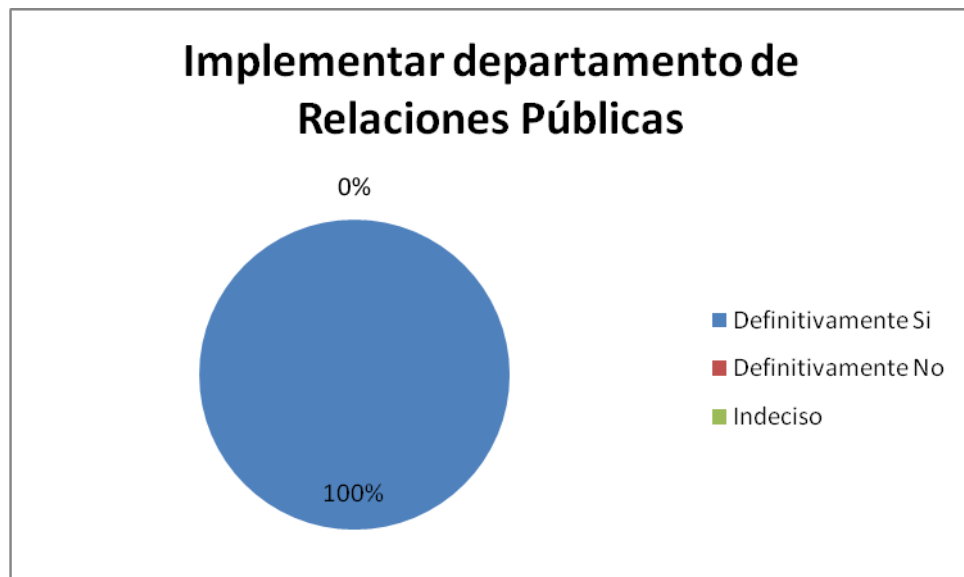
2.- ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo debe implementar un departamento de Relaciones Públicas?

Cuadro # 24

| Implementar un Departamento de Relaciones Pública | | | |
|---|---|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 5 | 100% | 5 |
| Definitivamente No | 0 | 0% | 0 |
| Indeciso | 0 | 0% | 0 |
| Total | 5 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora : Lizcet Rosales

Grafico # 22



Autora : Lizcet Rosales

En la actualidad el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo no cuenta con un departamento de Relaciones Públicas.

Los dirigentes del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo, el 100% consideran importante que se creé un departamento de Relaciones Públicas.

Es un Gobierno naciente tal como lo indica la nueva Ley del Cootad que fue aprobada en el mes de Octubre del 2010, en el cual están artículos que benefician al desarrollo de la comunidad, en la Ley se manifiesta que tienen un presupuesto para la creación de los diferentes departamentos en el cual se mejoran la funciones de la Institución.

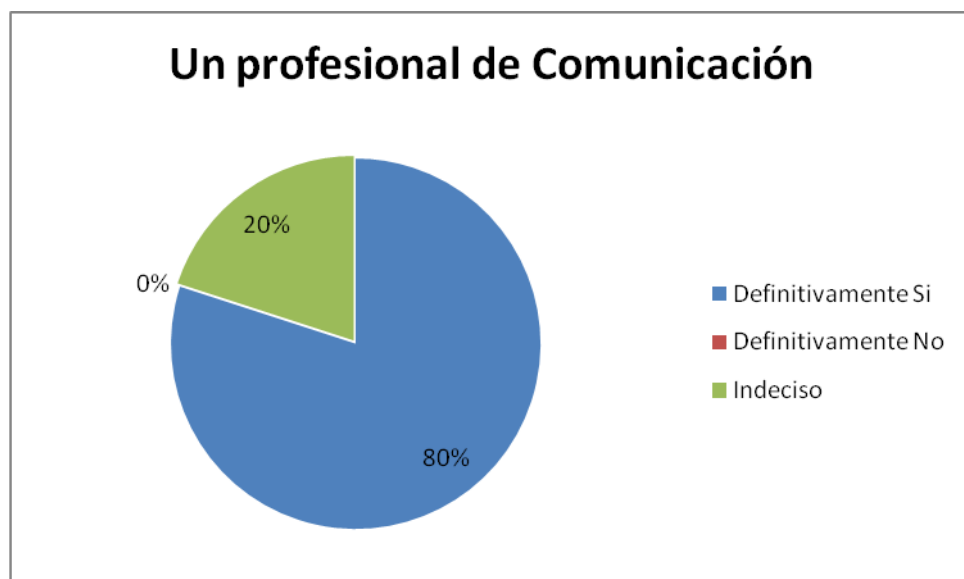
3.- Ante las diferentes actividades de gestión de los miembros de la Junta Parroquial, considera importante la existencia de un Profesional de Comunicación que permita una buena comunicación entre las instituciones?

Cuadro # 25

| Profesional de Comunicación | | | |
|-----------------------------|---|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 4 | 80% | 4 |
| Definitivamente No | 0 | 0% | 0 |
| Indeciso | 1 | 20% | 5 |
| Total | 5 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora : Lizcet Rosales

Grafico: 23



Autora : Lizcet Rosales

En todo organismo o institución ya sean estos públicos o privados, se considera importante e imprescindible contar con los departamentos y profesionales capacitados.

El 80% de los miembros de la Junta Parroquial nos indico que sería extraordinario tener un profesional en la área de comunicación y un 20% de indeciso.

En el caso del Gobierno Autónomo Descentralizado, Junta Parroquial de José Luis Tamayo, sus directivos supieron expresar que es necesario un profesional de la Comunicación Social que cumpla la función de Relacionista Público, de manera que contribuya con la comunicación organizacional y la difusión de actividades que se realicen en la Institución en beneficio de la comunidad Tamayense y porque no decirlo de la provincia de Santa Elena.

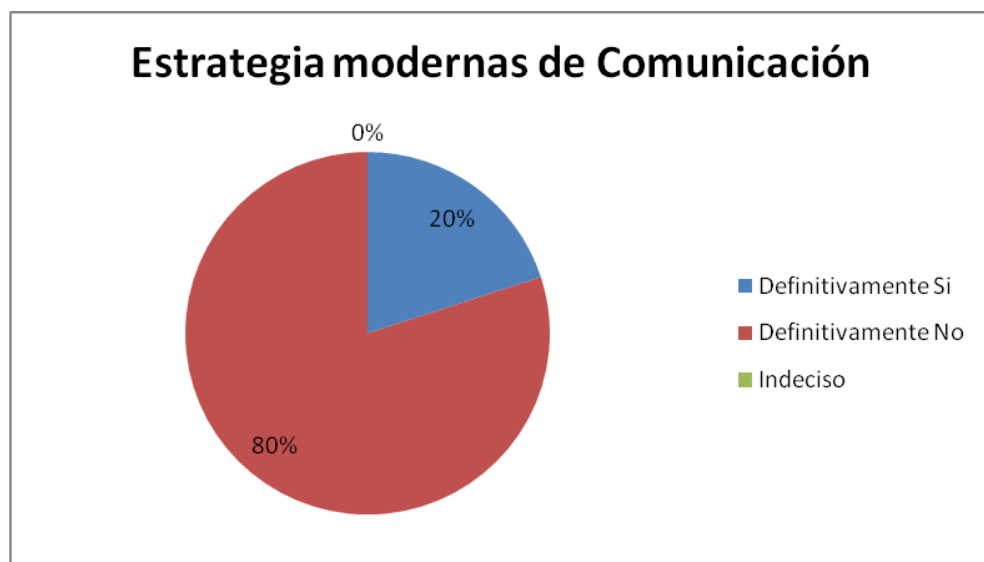
4.-¿ En el Gobierno Autónomo Descentralizado utiliza estrategias modernas para mantener comunicación con el publico externo y cual desearía incrementar?

Cuadro # 25

| Estrategia Modernas de comunicación | | | |
|-------------------------------------|---|-----|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 1 | 20% | 1 |
| Definitivamente No | 4 | 80% | 5 |
| Indeciso | 0 | 0% | 0 |
| Total | | | |

Fuente: Datos de Encuesta.
Autora : Lizcet Rosales

Grafico: 23



Autora : Lizcet Rosales

La comunicación entre la sociedad y las instituciones u organismos en la actualidad se considera necesaria puesto que es fundamental que se dé a conocer las actividades que realicen.

Los entrevistados, directivos del Gobierno Autónomo descentralizado de José Luís Tamayo, Junta Parroquial, un 80% comentaron que en la actualidad no cuentan con estrategias modernas y un 20 % dice que si por que tienen solamente correo electrónico.

Dentro de la Parroquia José Luis Tamayo existe una comunicación interna, es decir las actividades se las difunden a través de la Asociación Ayuda Mutua “La Voz de los Techos” y la Asociación de Beneficencia “Vecinos Unidos”, Correo Electrónico y también se espera la implementación de otros medios de comunicación como pagina web, tuitter, facebook, entre otros con la finalidad de tener informado a la Provincia de Santa Elena

5.-¿Si se realiza un plan de creación de un departamento de relaciones públicos que expectativa tiene para la ejecución de este proyecto?

Cuadro # 26

| Expectativa para la creación de un departamento de Relaciones Pública | | | |
|---|---|------|----|
| ITEMS | F | fr | fa |
| Definitivamente Si | 5 | 100% | 5 |
| Definitivamente No | 0 | 0% | 0 |
| Indeciso | | 0% | 0 |
| Total | 5 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
 Autora : Lizcet Rosales

Grafico: 24



Autora : Lizcet Rosales

Con respecto de la entrevista realizada sobre las expectativas para presentar un plan de relaciones públicas para la junta parroquial es muy interesante.

El 100% nos indico que esta de acuerdo para dar mejor realce al gobierno autónomo descentralizado de José Luís Tamayo

Las expectativa es que se mantenga un buena imagen de la institución y que se difunda todo lo que se realiza en la junta parroquial con eficacia y responsabilidad, y que cumpla todo su rol.

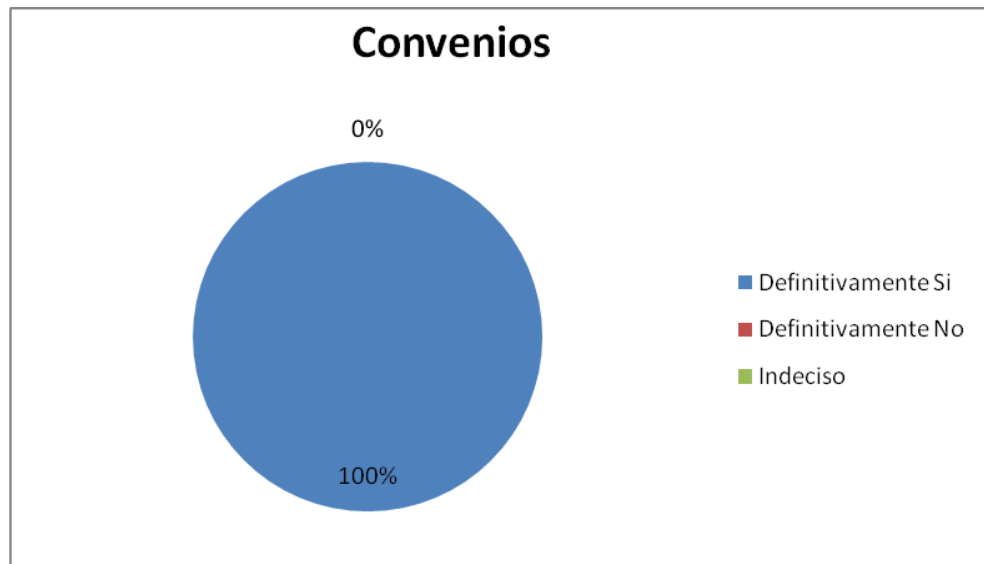
6. -¿ Se realizan Convenios con otras instituciones en beneficio para la comunidad?

Cuadro # 27

| Convenios | | | |
|--------------------|---|------|----|
| ITEMS | f | fr | fa |
| Definitivamente Si | 5 | 100% | 5 |
| Definitivamente No | 0 | 0% | 0 |
| Indeciso | | 0% | 0 |
| Total | 5 | 100% | |

Fuente: Datos de Encuesta.
Autora : Lizcet Rosales

Grafico: 25



Autora : Lizcet Rosales

El Gobierno Autónomo Descentralizado Junta Parroquial de José Luís Tamayo realiza convenios con instituciones públicas y privada en beneficios de la comunidad.

El 100% de las entrevista nos informo que es importantes llegar acuerdos concretando requerimientos, necesarios e interesantes, siguiendo el orden de ejecución de cada convenio.

Las necesidades de las instituciones son indefinidas y variantes, se precisan en mantener una actitud innovadora. Los convenios Institución Empresa permiten cumplir con eficacia las obras o proyectos institucionales, produciendo efectividad en los resultados.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Al llegar al término de este trabajo de investigación, se ha observado y corroborado la preponderancia del conocimiento de las relaciones públicas en el campo del desenvolvimiento en las instituciones públicas como es el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo.
- El diagnóstico realizado en el Gobierno Autónomo Descentralizado confirmó que el personal interno y público externo, necesitan el apoyo de un departamento que implemente nuevas estrategias de comunicación para informar de manera eficaz, y de ésta forma, atraer nuevos adeptos y mejoras para la institución.
- Al investigar al grupo objeto de estudio, los resultados arrojaron opiniones y actitudes a favor y en contra de la institución objeto de estudio, por lo cual se concluye que es necesario crear el departamento de Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luís Tamayo.
- Los resultados obtenidos, permitieron desarrollar la propuesta de comunicación para beneficio del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo, la creación de un plan de relaciones públicas para la institución provee las bases para la concientización y entendimiento de su importancia en las nuevas organizaciones, así como también la magnitud de la influencia que el mismo puede ejercer en su comunidad.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el departamento de Relaciones Públicas esté a cargo de un profesional en Ciencias de la Comunicación.
- Considerando que las Relaciones Públicas se han convertido en una necesidad para las empresas o instituciones pública o privada, que desean prestar mejores servicios, se recomienda que el Presidente del Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo, permita el asesoramiento de un profesional en Ciencias de la Comunicación, para que ejecute la propuesta presentada a beneficio de la institución.
- Se recomienda implementar la propuesta de comunicación ya que el diagnóstico realizado reveló las necesidades de la misma.
- Se sugiere utilizar nuevos medios de información para que los grupos objeto de estudio, satisfagan sus necesidades de información que actualmente han tenido dentro de la institución.
- Finalmente se recomienda implementar la propuesta de comunicación a corto plazo a manera de alcanzar los objetivos planteados.

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

**“CREACIÓN DE UN
DEPARTAMENTO DE
RELACIONES PÚBLICAS EN
EL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DE
JOSÉ LUÍS TAMAYO”**

JUSTIFICACIÓN

Todas las actividades humanas, aún sean preponderantes y extraordinarias, necesitan ser informada a la comunidad, requieren ser reconocidas públicamente, para poder ser aceptados o rechazadas por la sociedad. Las actividades de los grandes imperios eran dadas a conocer a sus pobladores, así como también hemos observado en el trayecto de la historia, que luego de conflictos llevan a cabo una serie de reuniones y tareas con el objetivo de fomentar la diplomacia y las buenas relaciones, estar en paz consigo mismo y con los demás, ha sido el lema de innúmeros personajes, naciones e instituciones, que con su filosofía de desempeño, persiguen mantener el “status quo” de cuánto y cuantos le rodean.

Hoy en día, es ya conocida la magnánima importancia de las relaciones públicas en empresas e instituciones, su influencia social y su papel en el futuro organizacional, así como sus lazos íntimos con su estructura y formación, para preservar su imagen frente al mercado en el cual interactúan.

Con la investigación se implementará demostrar la importancia en la utilización y aplicación adecuada de un departamento de Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo del Cantón Salinas ubicado en la Provincia de Santa Elena, ya que está es una herramienta básica para la proyección y fortalecimiento de una imagen interna y externa para las organizaciones, que sirven de ayuda en diferentes áreas de un organismo que sea público o privada.

Con las opiniones vertidas del presidente de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo, Sr. Valentín Soriano y los representantes de los diferentes barrios de la misma, se formularon una serie de análisis de los datos recolectados a través de la investigación de campo por lo tanto se concluyo en los siguientes aspectos:

1.- Se requiere de un interés por parte de la institución, en cuanto al establecimiento de oficinas de relaciones públicas, ya que esta función no está efectuada de forma concreta en muchos casos.

2.- Necesitan involucrar más personal, adecuado para el departamento en mención, principalmente una oficina de Relaciones Públicas, ya que en muchos casos no es suficiente los recursos que poseen para lograr los objetivos deseados.

3.- La razón que puso en descubrimiento la investigación, y que dificulta la función de Relaciones Publicas, es la falta de recurso económico y contratar personal idóneo que se encargue de la unidad, así como que los recursos que ayuden en la publicidad para la elaboración de planes o programas internos.

4.- Se necesita más acercamiento de las instituciones locales, a los medios de comunicación social, para promover sus proyectos y que estos sirvan como voceros positivos ante la sociedad, ya que en muchos casos esta última es desconocedora de la labor que se efectúa, aunque la única misión de los organismos es servir de forma descentralizada a las necesidades de la población.

5.- De igual manera existen muchos aspectos importantes que se observan en el hallazgo de algunas interrogantes, los cuales han dificultado el trabajo en el área de Relaciones Públicas y comunicaciones, se necesita más interés por parte de los mandos superiores para poder solucionarlos.

A continuación, presentamos un esquema de un plan de relaciones públicas, con sus diferentes componentes o partes, bajo u orden tentativo, ya que no existe una manera uniforme de estructuración de los mismos. También presentamos algunos conceptos de aclaración sobre las partes del mismo, con el objetivo de afianzar y fortalecer algunas definiciones que hemos aprendido durante el desarrollo de nuestra carrera.

Agradecemos de antemano la oportunidad brindada para con nosotros al presentar este trabajo, básico e importante en el estudio y formación de nuestra profesión de Comunicación Social.

DIAGNÓSTICO

Ante la preocupación de los directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo y porque no decirlo de la comunidad, se creará un departamento de Relaciones Públicas, dando a conocer un plan de actividades y un organigrama que conformara el departamento.

La oficina de Relaciones Públicas asume con mayor responsabilidad la programación de acciones ya que esta las realiza, programándose con todas las unidades de la organización del trabajo y no solo se dedica a un solo objetivo sino que a varios es por ello que para lograr un mejor funcionamiento como es necesario la formulación de planes de acción, siempre y cuando respetando las funciones de línea ya que estas determinan las reglas y fijan el rumbo, aunque la toma de decisiones final es responsabilidad de los altos directivos, los planes de acción son elaborados por los Relacionistas Públicos con el fin de lograr las metas de la organización.

El departamento de Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizada de José Luis Tamayo, para su mejor funcionamiento a elaborado en su plan de acción, la realización de un ciclo para la preparación de sus proyectos; en la cual se esquematiza paso a paso la creación y la forma de como cada actividad se va a desarrollar, desde el momento de su iniciación así como su ejecución, a través de una preparación en conjunto de parte de todo el personal de la organización, para ello se toman en cuenta, necesidades, sugerencias, eventualidades; todo con el único fin de lograr una mejor cooperación.

Para ello el departamento ha esquematizado la preparación de sus proyectos de la siguiente manera:

1.- Programación: Se inicia determinando como se va a efectuar todas las actividades por medio de una calendarización, tomando en cuenta las necesidades y sugerencias del departamento o unidad de que comprenda la organización.

2.- Identificación: Con la recopilación y la preparación de la información está se examina, para luego determinar cómo se van a efectuar cada una de las actividades y plasmarla dentro de su programa de trabajo.

3.- Preparación: Se tomaran en cuenta las actividades, ya identificadas, para decidir qué tipo de recursos se utilizara para su ejecución, tomando en cuenta presupuesto, tiempo, personal etc. Los cuales trabajaran en forma conjunta para su realización.

4.-Análisis: Esta parte se hace con los funcionarios ó directivos de la organización para que la estudien y den su aprobación, al plan que el departamento de Relaciones Públicas ha hecho enfocada a las necesidades, de no ser así regresa a la mesa de trabajo, para reprogramarse.

5.- Ejecución y Supervisión: El último paso es poner en práctica las actividades que el departamento ha estructurado, basándose en las necesidades y demandas de todo el personal de la organización, la oficina está al tanto de la ejecución de cada uno de sus proyectos, tomando un papel activo en ellos.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

FILOSOFICA

La filosofía de personajes que han hecho historia en el mundo entero, dan unas pautas para continuar con el cotidiano vivir el estudio de la comunicación y ponerlo en práctica ya que en la actualidad nuestro país atraviesa la mala desinformación.

Se trata de la filosofía de organización que se traduce en una serie de acciones de comunicación, generalmente de carácter informativo, cuyo objetivo general es crear o modificar actitudes, creencias o conductas del público objetivo. Un público objetivo que puede ser físico (una persona) o jurídico (una empresa-institución).

En época anterior no había prenda más valiosa como el valor de la palabra empeñada en asuntos de cualquier índole. El filósofo **BYRON CHRISTIAN** en un fragmento de su filosofía dice: “Esfuerzo consciente para estimular o influenciar a las personas principalmente mediante la comunicación para que juzguen favorablemente a una empresa, la respeten, la apoyen y la presten ayuda en momentos de confusión”.

En muchos aspectos persuade fuertemente la palabra, que el oro” la palabra del hombre es muy importante porque en ella demuestra su personalidad, dando oportunidad que la comunidad le abra las puertas y desarrolle actividades emprendidas para el bien común para luego recibir con júbilo el éxito alcanzado.

PEDAGÓGICA

El ser humano debe identificarse, buscar las causas del problema y descubrir sus potencialidades, explorar su yo interior. A través de la corriente del constructivismo es que se logra desarrollar el verdadero aprendizaje humano.

Mediante la construcción cada estudiante modifica su estructura mental y alcanza su mejor nivel de diversidad, complejidad e integración, es decir que contribuye al desarrollo de la persona.

Según los pedagogos DEWEY, DECROLY, Y CLAPAREDE, “EL PRINCIPIO DE LA ACTIVIDAD”, es el sentido que por medio de las experiencias las personas aprenden partiendo de sus intereses y necesidades, construyen y se convierten en protagonistas, ejes de sus propios procesos educativos.

PIAGET define con mayor precisión las etapas sucesivas por las cuales el ser humano va construyendo sus nociones, conceptos y que este desarrolla cuatro factores principales que son: maduración, experiencia, transmisión y equilibrio.

El desarrollo cognitivo de experiencias que el sujeto obtiene de las acciones que el mismo ejerce, va procesando y eliminando las contradicciones, las incoherencias, los desfases y los conflictos que se presentan en la asimilación de un nuevo material.

Lograr mayor eficacia dentro del desarrollo y de formación es generar procesos que interesen, comprometan y potencialicen el aprendizaje. Aprender a aprender según NOVAK (1988). Es desarrollar la autonomía del aprendizaje, puede definirse como el procedimiento personal más adecuado para adquirir el conocimiento.

La formación ocupacional, donde se revaloriza la dimensión humana y social del trabajo, concebido como una actividad pedagógica, la comunidad en la habilidad de crear, producir y realizarse como departamento, para responder a las necesidades socio-económicas de la comunidad, y porque no decirlo se propende a la formación de micro-empresas, el desarrollo de las actividades que podrían ser explotadas adecuadamente

PSICOLÓGICA

En los actuales momentos las instituciones públicas país y de la Provincia de Santa Elena, las juntas parroquiales no cuenta con un departamento de Relaciones Publicas existe una gran deficiencia, ya que es necesario una buena imagen institucional ya que la misión del ser humano es completa hacia la colectividad, según sus posibilidades y exigencias en el campo en que se desenvuelve.

La habilidad de pensar críticamente es indispensable en la propia vida. Para hacerlo, las personas deben aprender habilidades generales de solución de problemas y desarrollar un conocimiento sin el pensamiento. Todo lo concerniente al conocimiento, como su descubrimiento, su análisis, su evaluación y su adquisición se dan a través del pensamiento.

La Psicología a las Relaciones Públicas, le aporta el conocimiento individual, la conducta, las motivaciones y necesidades de la persona.

En las Relaciones Públicas resulta primordial conocer las inclinaciones humanas, ya que se trata con diferentes tipos de caracteres, esto por tratarse de personas, las cuales siempre van a ser impredecibles, por lo tanto hay que considerarlos como seres únicos y también en su conjunto, porque no es lo mismo el comportamiento de una persona sola, que estando inserta en la masa.

Los psicólogos PIAGET, AUSUBEL, BRUNER, VIGOTSKY dan aportes significativos que han permitido avanzar en la identificación de la naturaleza y características del aprendizaje en comunicación, de sus variables y bases neurológicas.

La personalidad, las motivaciones de cada individuo son aspectos propios de la psicología, que están directamente vinculados con las Relaciones Públicas. Un Relacionador Público debe estar preparado para poder enfrentar distintos tipos de públicos y para es necesario, primero conocer al individuo.

SOCIOLÓGICA

Todo ser humano tiene la responsabilidad de planificar soluciones participativas que provoquen cambios para el desarrollo económico y en especial en la formación por ser el espacio donde se refleja las contradicciones socio-económicas.

Relacionar información en el entorno en donde se realizó las diversas actividades con la comunidad. En cada sociedad existen verdaderos “roles” o “papeles” que ejecutan sus miembros, unas veces consciente, y otras inconscientemente”.

Hay también signos de “status”. Cada hombre desempeña simultáneamente muchos papeles y ocupa diversas posiciones, y aquí nuevamente debemos hacer observar este panorama por el planificador de relaciones públicas. Humorísticamente, Shakespeare decía: “El mundo entero es un escenario. Y los hombres simplemente actores que tienen sus entradas y salidas a escena.

Y cada uno durante su vida representa muchos papeles, siendo sus actos característicos de las siete edades”. Para él las siete edades son: la infancia, la época escolar, la del amor, la del soldado, la de la justicia, la del bufón y por último, la segunda infancia.) Estas y otras generalizaciones, seria o irónica, con mucho de verdad, referidas al ser humano, así como a las reglas de su conducta en sociedad, son de fundamental interés para quienes aplican relaciones públicas, al proporcionarles elementos básicos a fin de “llegar” hasta sus públicos y serles agradables”.

La primera relación hombre-naturaleza, permite explorar los recursos que llenen las necesidades de la sociedad (producción, vida y amor)

La segunda relación llamada social, permite vivir con los demás o de los demás (ideología), genera la estructura espiritual de dominio y de cultura, distribuye además bienes, vida, educación, comodidades y otros.

El hombre es un ser pasivo, siendo más importante el contacto con la ciencia, la técnica, la máquina que produce progreso y deshumanización. Más, nuestra civilización, requiere contacto humano, vivir su propia vida en fraternidad con los demás y con la naturaleza.

EDUCATIVA

Es una ciencia educativa en la formación integral de las personas, desde el punto de vista del ser humano se manifiesta con intercambios de conocimientos, experiencias, nuevas vivencias entre la autoridades descentralizadas y la comunidad, relación establecida de manera horizontal en el descubrimiento de nuevos saberes, capacidades, habilidades y destrezas como también en su parte emocional en un contexto social cultural y económico de su identidad.

Se desenvuelve en un ambiente de motivación, actitudes, valores y conducta humana con lo cual educación es un hecho real como desarrollo global y total de su personalidad. Encontramos 3 factores, biológico, psicológico, social, contribuyendo a la superación constante de manera global de la persona.

“La educación es un proceso vital global del ser humano de aprender de la naturaleza, sociedad y de sí mismo” En cuanto a la educación debemos ubicarnos en una realidad positiva en referencia a su metodología participativa e investigación activa, colectiva, orientadora, de confrontación de ideas horizontal y democrática enriquecida por la experiencia previa y el diálogo bidireccional.

“Sabemos que la naturaleza fue el primer maestro espontáneo del ser humano, siempre aprendemos algo de ella”

LEGAL. – La Constitución Política de la República del Ecuador Título V de la Organización Territorial del Estado Capítulo primero Principios generales el Art. 239.- El régimen de gobiernos autónomos descentralizados se regirá por la ley correspondiente, que establecerá un sistema nacional de competencias de carácter obligatorio y progresivo y definirá las políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo.

Art. 240.- Los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones, distritos metropolitanos, provincias y cantones tendrán facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales. Las Juntas Parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias. Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales. Por lo tanto lo que se buscará es la vinculación con las comunidades a través de los dirigentes y realizar reuniones permanentes para estar al tanto de todo lo que sucede y buscar el lado positivo a esto, constituye en la instancia de gobierno más cercana a la ciudadanía en el ámbito Parroquial Rural, lo que representa nuevas oportunidades en las relaciones entre el Estado y la sociedad civil.

OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Objetivos General

Demostrar la necesidad de implementar un departamento de Relaciones Públicas y comunicaciones mediante políticas y normas que faciliten la organización del Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo, que ayuden en el funcionamiento y logro de objetivos que cada uno de estos tienen planteado en su tratado constitutivo y mantener permanente informados a la comunidad.

Objetivo Específico

- Mejorar la imagen institucional del Gobierno Autónomo ante la opinión pública.
- Fomentar y mantener un vínculo con diferentes instituciones educativas y organizaciones culturales
- Crear un clima laboral adecuado para el fortalecimiento de la organización.
- Diseñar estrategias para mejorar las Relaciones Públicas internas y externas.
- Crear y mantener vínculos con la sociedad y los medios de comunicación social.
- Realizar una evaluación social como medio para tratar a la comunidad Tamayense

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

Financiera.- En lo económico es factible porque existe la posibilidad de gestionar ante las autoridades de control del Estado según un informe de Contraloría, contando con el apoyo del Presidente y vocales del Gobierno Autónomo. Creando la partida presupuestaria para el Departamento de Relaciones Públicas.

Legal.- De acuerdo al ámbito legal de este proyecto la nueva constitución del Ecuador aprobada en la ciudad Alfaro (Montecristi) en julio del 2008, en el art. 238 del Capítulo primero de los Principios Generales señala:

“Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las Juntas Parroquiales Rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales”, es decir “Las Juntas Parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias. Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales” así lo señala el art. 240 de la organización territorial del estado.

De acuerdo a la nueva estructura de organización en las instancias gubernamentales, donde se requiere más enlace con los organismos provinciales es necesario impulsar la creación del departamento de Relaciones Públicas en la Junta Parroquial de José Luís Tamayo del Cantón Salinas, el mismo que cumplirá varios roles donde se mantenga una buena comunicación y conectividad con organismos gubernamentales provinciales para así buscar el desarrollo y adelanto de la parroquia y sus comunidades.

Por otro lado, se mantendría informado de todo el accionar de esta junta a través de los medios de comunicación, debido a que se enviaría boletines de prensa y comunicado de las diversas actividades y programas realizados y a realizar. Lo que se busca es mantener la comunicación y así mismo la organización que permitan la integración de estrategias y planes de acción en beneficio de las comunidades y por ende de sus pobladores.

Al cumplir el rol como relacionista público se debe respetar mucho el código profesional de las relaciones públicas y la prensa como lo estipula en el art. 3: “Los informes transmitidos por la relaciones publicas pueden referirse a la vida de una empresa o de un organismo, así como a todas las formas de su actividad, producción, servicios que rinden o iniciativas que pueden ser de interés para el público”.

Durante los años transcurridos nunca ha existido el departamento de relaciones públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado y es por eso que mediante el estudio realizado se pudo conocer que: los miembros de las juntas parroquiales, no conocen de cerca las necesidades, se convierten en miembros de oficina y no de campo, muchas veces buscan intereses personales o solo se basan en proyectos para la parroquia y no para las comunidades.

Las relaciones públicas son un instrumento importante, pues además de que éstas pueden ser utilizadas para cualquier industria o sector, tienen además la ventaja de personalizar y dirigir los mensajes a cada una de sus audiencias, y con ello, lograr una difusión con mayor cobertura, y por ende, mayor eficiencia comunicacional. Y el sector gubernamental no es la excepción.

En conclusión, las relaciones públicas en el ámbito gubernamental es un eje fundamental para el logro y alcance de los proyectos enfocados a las necesidades en general, esto es lo que se buscara en la parroquia José Luís Tamayo que se encuentre mas conectada con su comunidad promoviendo así el desarrollo y adelanto a través de la comunicación, organización, planificación y ejecución de las actividades.

Técnica.- El presente proyecto se lo realizará con las asistencias tutoriales de parte de la Carrera y conocimientos intelectuales de los mismos.

Recursos Humanos.- Se debe seleccionar a través del departamento la selección de personal o recursos humanos, candidatos idóneos para desarrollar sus funciones del departamento de Relaciones Pública del Gobierno Autónomo Descentralizado.

Es uno de los elementos importantes que un departamento debe poseer, ya que ellos son los que realizan todas las funciones del mismo.

Políticas

- Crear espacios de diálogos Interinstitucional Junta Parroquial de José Luís Tamayo y la Municipalidad del Cantón Salinas para delimitar pautas de colaboración mutua, que conlleven a una planificación y ejecución de acciones que permitan responder en general a los requerimientos de la comunidad Tamayense.

- Aprovechar la capacidad gerencial, organizativa y distributiva de funciones que posean los directivos de la institución.
- Determinar el tipo de reconocimiento que consiga la Junta Parroquial con los sectores públicos y privados de las diferentes empresas de nuestra Provincia, que apoyan a la ejecución de las actividades.
- Revisar los currículos de los empleados que vengán a trabajar en el departamento de Relaciones Publicas en función de los requerimientos sociales y productivos de la organización.
- Implementar un plan de relaciones públicas, supervisión permanente en el proceso del sistema institucional con el fin de llevar una buena imagen.

Las políticas tienen relación directa con los objetivos fijados por la entidad, estableciendo las formas que en cada caso se establecen para ordenar adecuadamente las realizaciones sectoriales. De acuerdo con los estilos avanzados en el gerenciamiento de empresas, la fijación de políticas alcanza en general y sectorialmente a la gestión que deben cumplir las relaciones públicas sobre todo en cuanto hace a la política institucional.

Por su parte, el planeamiento como función ejecutiva de las RRPP también debe responder a las políticas que la entidad establezca; compatibilizando estas con los propios objetivos de planes, programas, campañas y proyectos.

DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

La descripción de la propuesta Realización de actividades y programas para el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo, que les permita incrementar su funcionamiento interno y externo, las operaciones generales de la organización.

Mantener relaciones cordiales con la comunidad Tamayense, a través de comunicaciones de doble dirección, de manera que haya interrelación con todas aquellas personas que de alguna forma están vinculadas con la institución.

Velar que se mantengan tratos cordiales con las diferentes instituciones públicas y privada que se acerquen a la empresa y brindar todo tipo de acceso, desde una llamada telefónica hasta brindar la información que requieran.

Proporcionar información a los visitantes, como al personal en cuanto a reuniones, seminarios y proyectos de la misma.

Divulgar a través de medios de comunicación (radio, televisión, prensa escritas) de las actividades que realizan la Junta Parroquial de José Luis Tamayo.

Creación de una Oficina de Relaciones Públicas

Tomando en consideración los conceptos de Relaciones Públicas, citados por diversos autores, además de la ausencia de una oficina de Relaciones Públicas, dentro de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo, en donde estas funciones son atendidas por otros entes, señalaremos un modelo de un Departamento de Relaciones Públicas que contribuya al desarrollo eficaz de esta institución.

Plan de acción para el departamento de Relaciones Públicas.

Esta parte del estudio va enmarcada a las acciones en concreto que deben tomar las oficinas de Relaciones Públicas de la Junta Parroquial de José Luis Tamayo del Cantón Salinas, estas actividades son planificadas, por la oficina para ser ejecutadas según la calendarización anual, cada departamento estructura según el interés de estos.

El plan describe cada una de las aplicaciones que se realizan con su respectivo objetivo y descripción, la ejecución del mismo comprende su función de manera concreta y descriptiva, así como las fechas que se tomarán para ejecutarlas, es importante destacar que las oficinas de Relaciones Públicas como parte de las funciones directas forman parte de la estructura de un organismo y del proceso de adaptación a los cambios sus responsabilidades incluyen el ayudar a identificar, valorar y ajustarse a sus entornos económicos, políticos y sociales.

Lo que pretende con este plan es anticiparse a los acontecimientos internos y externos que potencialmente puedan impactar a los planes de las entidades, al no ser planificadas de manera adecuada podrían surgir dificultades internas, como inconformidad por parte de los colaboradores, al no ser tomada en cuenta su bienestar de la comunidad.

ESTRUCTURA

El Departamento de Relaciones Públicas deberá estar ubicado dentro de su estructura y organización bajo la gerencia general o la alta dirección para una comunicación el lugar que le corresponde dentro de la institución como disciplina, que es la asesoría en lo administrativo, principalmente en el área de comunicación.

La conformación de dicho departamento varía dependiendo del tamaño, ocupación y presupuesto de la institución o empresa. Por ello las diferentes secciones, como las diferentes ocupaciones del personal varía, por lo que se requiere de profesionales idóneos, tales como: relacionistas públicos, secretarias, fotógrafos, publicistas, mensajeros, para lograr los objetivos trazados por el departamento de Relaciones Públicas y la institución.

En general los objetivos de este departamento están dirigidos a desarrollar una serie de programas y actividades de la institución en materia de comunicación. Dentro de este departamento se debe contar con un aproximado de cuatro empleados, para el buen funcionamiento de la misma. Entre los funcionarios que allí laboren contaremos con:

- El jefe del departamento de RR.PP
- Asistente de RR.PP
- 1 Fotógrafo
- Diseñador Grafico

Funciones del Personal

Función Principal del Jefe de Relaciones Públicas

Realizar el trabajo administrativo que consiste en la realización de tareas relacionadas con el planeamiento, dirección y ejecución de programas de relaciones públicas.

Principales Deberes y Responsabilidades

- Organizar entrevistas, ruedas de prensas y/o determinar actividades sociales en la Junta Parroquial de José Luís Tamayo con organizaciones profesionales, comerciales, financiera, y otros que juzgue de interés la institución.
- Asistir a las diferentes actividades sociales o eventos en los que intervenga la Junta Parroquial o sean de interés de la Institución.
- Servir de enlace con demás instituciones ya que sean pública y privada.
- Planificar y supervisar el material divulgado, informativo y explicativo que deba llegar a la comunidad en beneficio en general, por todos los medio de comunicación y divulgación posible.
- Atender a los directivos y redactores de los diferentes medios de comunicación como radio, periódico y televisión.

Función del Auxiliar de Relaciones Públicas

Asistir al Jefe de Relaciones Públicas en la realización de tareas relacionadas con el planteamiento, dirección y ejecución de programas de relaciones públicas.

Principales Deberes y Responsabilidades

- Mantener relación armoniosa y cooperación con toda clase de persona individuales o jurídicas, particulares o de derecho público, cuyas actividades estén relacionadas con la Institución, ya sea por orden legal, por afinidad o porque interese en alguna forma al mejor funcionamiento y desarrollo de la misma.
- Mantener actualizado una base de datos de toda la Provincia de Santa Elena, así como los datos de los funcionarios de la Junta Parroquial.
- Ser parte de las diferentes organizaciones que realice la Junta Parroquial de José Luís Tamayo.

Función de la Secretaria

- Tener la documentación lista del departamento
- Asistir a toda reunión
- Ordenar y archivar la documentación.
- Entre otras actividades a realizarse.

Función del Fotógrafo

Trabajo técnico que comprende la toma de fotografías para fines de registro o publicidad de las actividades que realiza la institución

Principales Deberes y Responsabilidades

- Fotografiar los aspectos relevantes de las distintas actividades que realiza la Institución.
- Llevar el control de existencias del material de fotografía a su cargo.
- Velar por el buen uso y mantenimiento del equipo fotográfico.
- Realizar otras tareas afines al puesto.

Función del Diseñador

Su misión es diagramar y diseñar el material que es redactado por el Jefe de relaciones públicas.

- Diseñar logotipo de la institución
- Diagramar las diferentes publicaciones para la pagina Web
- Diseñar invitaciones
- Diseñar hojas embretadas para la institución
- Entre otras actividades.

Funciones del Departamento

- Elaborar boletín informativo, que tiene como objetivo mantener una comunicación periódica y mantener informado a la comunidad de las diversas actividades que realiza la Junta Parroquial de José Luís Tamayo.
- Ejecutar principalmente una actividad de recaudación de información por medio de una medición y análisis de opinión

pública, que servirá de apoyo para todo proyecto o programa de Relaciones Publicas para la sociedad.

- Trabajar en conjunto con otros departamentos de las diferentes instituciones pública o privada para ejecutar buenos programas de organizaciones y a su vez tener conocimientos de los mismos para diseñar técnicas de comunicación (boletines informativos, folletos, brochurs, etc.) que informen sobre las diversas funciones a su público externo.

ESTRATEGIAS

Para que la implementación de la estrategia sea eficaz se propone crear lo siguiente:

Cartelera:

Que contenga fechas importantes y de actividades programadas diarias (cumpleaños del mes, mensajes de superación, novedades del mes y programación de actividades mensuales internas y externas.

Se recomienda colocar la cartelera en un lugar estratégico, con el fin de que esté a la vista de todos los empleados de la empresa.

BUZÓN DE SUGERENCIAS:

Se sugiere éste medio de información, con el objeto de conocer las inquietudes que tienen los empleados de la empresa y de ésta forma mejorar las deficiencias que actualmente se tienen internamente.

De igual manera el buzón de sugerencias debe colocarse en un lugar accesible para todos, o podría ir adherido a la cartelera.

CORREO ELECTRÓNICO:

Se recomienda la utilización del correo directo, ya que es un medio de información eficaz, que permitirá alcanzar el 100% del grupo objetivo. Este medio se podría aprovechar para dar a conocer de las actividades a realizarse y por realizar es un medio viable para profundizar la información.

Otra ventaja de éste medio es que permite enviar la misma información a varios usuarios y la confirmación de recepción es inmediata.

Base de Datos:

Se sugiere crear una base de datos de toda la Provincia de Santa Elena.

- Números teléfonos de las diferentes instituciones
- Fechas importantes
- Nombres de instituciones educativas
- Nombres de Instituciones Pública y Privada

PÁGINA WEB: Se sugiere implementar este medio de información, ya que es una oportunidad de bajo costo, que podría aprovecharse al máximo.

Es importante recordar que la información de la página Web, debe contener información actualizada y en ella podría incluirse:

- Ofrecer un espacio donde se de a conocer la evolución que la empresa objeto de estudio ha tenido hasta la fecha.
- Ofrecer un espacio de “comentarios /sugerencias” para conocer las inquietudes de los comunidad.
- Obras

Observaciones:

El Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo no cuenta con una página Web, sólo es necesario actualizar la información que en ella aparece. Es preciso redactar nuevas notas, colocar fotografías novedosas de acuerdo a las ofertas mensuales o fotografías en dónde se presente el apoyo de la institución.

PAPEL Y LUGAR DE LA RELACIONES PÚBLICAS

El departamento de Relaciones Públicas, va a jugar un papel importante dentro de la Junta Parroquial de José Luis Tamayo, ya que va a contar con personal especializado, capaz de poder desarrollar sus funciones a través de mecanismos de investigación que puedan dar como resultado la buena imagen de la institución.

Este departamento, debido a sus funciones, debe tener una relación directa con la alta gerencia, colocándose dentro de la estructura organizacional como asesoría, dándose así una comunicación eficaz entre ambas partes. Todo se llevará a cabo si el departamento es considerado como parte importante para el organismo y sus autoridades.

El departamento de relaciones públicas, también tiene a su cargo la realización o coordinación de una serie de actividades en pro de fortalecer la imagen de la institución, de sus productos o su labor con la comunidad, entre las que podemos citar:

- Ruedas de Prensa
- Conferencias
- Seminarios
- Charlas
- Convenciones
- Inauguraciones
- Lanzamiento de productos y servicios
- Dos sieres de información completos
- Actividades de seguimiento para mantener el interés
- Ferias y exposiciones
- Sport Publicitario
- Diseño y construcción de stands
- Organización de actividades relacionadas
- Grabación y producción de videos
- Contrataciones de Maya Publicitaría
- Pantalla gigante
- Equipos de sonido / música
- Fotografía
- Maestría de ceremonia
- Carpas
- Catálogos.

Presencia en los distintos medios de comunicación disponibles:

Se tiene contemplado para el presente año emitir como mínimo seis comunicados de prensa en forma oportuna, para dar a conocer a la sociedad la labor social que la entidad realiza. Asimismo, mantener una información sistemática y documentada con los medios de comunicación.

Se espera que el último trimestre del año 2011 se tenga presencia en Internet, a través de una página electrónica para proyectar a nuevos públicos y acceso de un medio de comunicación adicional. El objetivo principal de este proyecto es fortalecer la imagen de la entidad, promoviendo y gestionando una labor de servicio.

COORDINACIÓN Y APOYO EN REALIZACIÓN DE EVENTOS.

Con la finalidad de proyectar la imagen y fortalecer relaciones a través de las distintas actividades realizadas, el departamento de Relaciones Públicas coordina la realización de actos cívicos, sociales y llevar la agenda de actividades de la gerencia y subgerencias.

La función general es planificar y coordinar actividades como inauguraciones de eventos o remodelaciones de calles parques, subcentro de salud, entre otros proyectos, coordinar el protocolo de los actos e insumos, cotizar los diferentes servicios a contratarse.

Visión.

La creación de una nueva filosofía de cooperación e integración, la cual será dirigida a consolidar el departamento de Relaciones Públicas como el estandarte de coordinación para el desarrollo de las actividades internas y externa, sustentado en el espíritu de hermandad como una fuente alterna para mejorar el nivel y calidad de vida de la Comunidad Tamayense.

Misión.

Forjar una participación de todos los colaboradores de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo, a través del trabajo en equipo, la realización de objetivos comprometidos con el desarrollo humano y destino de la institución.

Recursos.

Se necesita de recursos materiales y humanos adecuados para el funcionamiento del departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones, de la Junta Parroquiales.

Recursos Humanos.

Los Organismos Institucionales, debe seleccionar a través del departamento de selección de personal o recursos humanos, candidatos idóneos para desarrollar las siguientes funciones:

- 1.- Jefe del Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones
- 2.-Asistente del departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones.
- 3.- Fotógrafo
- 4.- Secretaria
- 5.- Diseñador Grafico

La contratación de todo el personal para el departamento de Relaciones Públicas dependerá tanto de la decisión de los altos mandos de los organismos, como de la magnitud de la misma. Este segundo punto será el de más importancia ya que en algunos casos no será necesaria la contratación de las 4 personas y sólo bastara con una ó dos personas, las cuales realizaran todo el trabajo que la oficina requiere.

Recursos materiales.

Para el funcionamiento eficaz del departamento de comunicaciones de la Junta Parroquial de José Luis Tamayo, es necesario contar con los recursos materiales que permitan el funcionamiento de este en forma eficiente, entre ellos:

- 1.-Mobiliario y equipo de oficina para uso de oficina.
- 2.- Material y equipo para el área de prensa.
- 3.- Material y equipo para el área de video y audio.
- 4.- Material para la realización de eventos en la Organización.

Ventajas del Departamento de Relaciones Públicas

La creación de un departamento de Relaciones Públicas tiene ventajas para la empresa, entre las que podemos mencionar las siguientes:

- Se brindara información sobre la Junta Parroquial de José Luis Tamayo a cualquier persona que requiera de la misma.
- Se pueden estudiar a los públicos, además de investigar a través de técnicas científicas de comunicación las conductas y actitudes de la misma.

- Sirva de vocero oficial, es decir, el departamento encargado de difundir, por medio de las diversas técnicas de comunicación, todas las actividades, eventos y promociones propias de la empresa.
- Es importante que el departamento de Relaciones Públicas de la Junta Parroquial de José Luis Tamayo, al igual que los otros departamentos cuenten con un personal especializado, capaz de poder desarrollar sus funciones a través de mecanismos de investigación que puedan dar como resultado la buena imagen de la institución.

Una vez expuesta la estructura organizacional de nuestra propuesta para la creación de un departamento de Relaciones Públicas para la Junta Parroquial de José Luis Tamayo, podemos decir que detectamos algunos problemas de tipo comunicacional que tiene la institución. Esto se debe a que dentro de su estructura organizacional no cuenta con un departamento que se encargue de tratar este tipo de situaciones comunicacionales.

Por tal motivo nuestra conclusión principal es que es necesario que se incluya un departamento de Relaciones Públicas dentro de la Junta Parroquial. Esta afirmación la hacemos, ya que al tener un departamento de Relaciones Públicas con personal idóneo, están en capacidad de evaluar actividades y opiniones del público.

Con la finalidad de determinar a quienes van dirigidas las actividades e investigar a quienes van dirigidos los objetivos. De esta forma establece un ambiente favorable para todos (institución, a empleados, clientes), tratando de ver los intereses y beneficios comunes.

Además, la institución debe brindar la información que solicite la comunidad, sea éste nativa o no, sin encontrar tantos obstáculos al momento de llegar al establecimiento a solicitar una cita con algunos funcionarios que allí laboran. Si bien es cierto, una organización no sólo depende de vender un buen producto, sino también debe emplear mecanismos esenciales de relaciones públicas, ya que tiene como escenario de trabajo la sociedad que la rodea, y éste tiene el compromiso de basar sus actividades en programas y planes ricos en una comunicación continua hacia ambos sentidos, mirando siempre el beneficio de la comunidad que va desde (usuarios, clientes, personas particulares y a la comunidad en general), tratando de que exista una afinidad y comprensión con el público.

El departamento debe utilizar diferentes técnicas de comunicación, las cuales deben ser sencillas y atractivas que interesen a la ciudadanía Tamayense, tanto interno como externo de la institución. Finalmente, debemos señalar que las Relaciones Públicas no son casuales, sino que llevan a cabo una función continua de transmisión empresarial o institucional, por tanto es muy importante analizar el rol que juegan en una empresa u organización.

**Organigrama del Departamento de Relaciones Pública del
Gobierno Autónomo de José Luí Tamayo.**

IMPACTO

El impacto actual de las Relaciones Públicas es hoy creciente. Hay una tendencia cada vez mayor, a invertir en Relaciones Públicas. Esto es porque se ha demostrado que el manejo de las comunicaciones agrega valor real a la institución. Es decir, su aplicación se ve como inversión y no como gasto. En nuestro país comienza a generarse esta mentalidad paulatinamente, al ver los resultados positivos de aquellas entidades que gestionan su imagen.

El Gobierno Autónomo de la Junta Parroquial de José Luís Tamayo, es el beneficiario central de la creación del departamento de Relaciones Publicas, permitiendo mejorar su imagen institucional de alta calidad y brindando mayores oportunidades de empleo, ya que ellos van a tener una mano de obras para la colectividad.

Al establecer los convenios Institucionales se logra un dinamismo de emprender, mayores responsabilidades de directivos provinciales, mejores relaciones personales y posibilidades de acceso inmediato acorde a las innovaciones tecnológicas del mundo Institucional.

Con un conocimiento y sensibilización de la comunidad Tamayense sobre sus responsabilidades y deberes en las áreas técnicas. Perfiles profesionales de eficiencia y eficacia en el rol encomendado partiendo de experiencias concretas y fundamentos teóricos.

Porque a través de una estructura la institución, obliga a una mejor planificación, orientación de las actividades extracurriculares. Mientras crece el prestigio de la institución, la comunidad tendrán un mejor perfil en comparación con otras instituciones, responsabilidad, profesionalismo y de elaborar su propio perfil, procura liderar programas y procesos que contribuyan al desarrollo del Gobierno Autónomo Descentralizado y de la comunidad con la cual interactúan, con el propósito de hacer de la misma un elemento de integración válida con la comunidad.

Presupuesto

El presente informe refleja el costo estimado para la creación y mantenimiento de un departamento de relaciones públicas para la junta parroquial de José Luis Tamayo del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena.

| | PRECIO |
|-------------------------------|--------------------|
| Materiales de oficina | \$ 680,00 |
| Transporte | 80,00 |
| Copias | 25,00 |
| Internet | 80,00 |
| 2 Cartucho de impresora CANON | 30,00 |
| Costo de Solicitudes | 25,00 |
| Equipamiento del departamento | 1,000,00 |
| Muebles | 75,00 |
| Certificado de Titulo | 30,00 |
| Empastado | 75,00 |
| Varios | 200,00 |
| TOTAL | \$ 2.300,00 |

BIBLIOGRAFÍA

- BAQUERO CABRERO, José y Mario “EL LIBRO DE ORO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”, 2da, edición 2000
- LÓPEZ REYES, Oscar “RELACIONES PUBLICAS Y MARKETING SOCIAL”, 1ra. Edición, Editora Panamericana, Santo Domingo, 1996.
- BLANCO, Antonio (compilador), “Hipótesis, Variables y Dimensiones en la Investigación”. la Habana, Cuba.
- ADECEC, El libro práctico de la Comunicación y las Relaciones Públicas, Ed. Folio, 1997
- GRUNIG James E. y HUNT Dirección de Relaciones Públicas, Ed. Gestión 2000, SA, 2001
- Robinson, E. Comunicación y Relaciones Públicas. Editorial CECSA, 1982
- ALEJANDRO, Marcelo “Multidiccionario Ilustrado” Edición 2000 Bogotá - Colombia
- ACHIG, Lucas “Metodología de la Investigación Científica”, EDIBOSCO, 1988, Cuenca.
- CHACON, Víctor Perfil profesional, 2000, Quito

| | |
|---|--|
| CAZCO, Vicente | Método de Investigación 1997, México |
| DE LA MORA, Maurice | Metodología de Investigación 1997, México |
| HERNANDEZ, Roberto | Metodología de la Investigación, 1999, Guayaquil |
| TAMAYO, María | “Proceso de investigación Científica”3era. Edición, Guayaquil. |
| RIVEDEIRA PRADA | Raúl Gran enciclopedia de Venezuela.Pág.284Edición Anv. |
| PAREDES, Wilson | Como desarrollar una tesis, Ecuador: Ecuador: S&S, 199 p. 2009, |
| Biblioteca de la Parroquia | Historia de la Parroquia José Luis Tamayo |
| Constitución Política del Ecuador, 2008 | |
| Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralizado | |
| Consulta de Internet | www.rppnet.com.ar/comsigloXXI |
| Consulta de Internet | www.relaciones públicas gubernamentales.org |
| Consulta de Internet | www.océano.com |
| Consulta de Internet | www.cinterfor.org.uy 2002 |
| Consulta de Internet | www.cinterfor.org.uy 1995 |

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS RELEVANTES

Empresa.- Sociedad mercantil o comercial, obra realizada.

Técnica.- Conjunto de procedimientos que se emplean en un arte, una ciencia. Habilidad para usarlo.

Método.- Procedimiento que se sigue en las ciencias para llegar a la verdad y enseñarla.

Gestión.- Es la capacidad y el proceso de dirección para la construcción, afirmación o desarrollo de la institución por la innovación permanente.

Motivación.- Es una variable deducida a partir de una conducta observable, animar, despertar interés.

Proyecto.- Trata de solucionar un problema específico.

Misión.- La misión justifica la existencia de la institución.

Visión.- Es el sueño alcanzable a largo plazo, el futuro aspirado por el usuario.

Competencias.- Permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo, según estándares utilizados en el área ocupacional.

Capacidad Profesional.- Conjunto de saberes articulados que se ponen en juego, interrelacionadamente en las actividades y situaciones de trabajo identificadas en el perfil y la capacidad.

Liderazgo.- Es la capacidad de lograr que otras personas hagan algo que no quieren hacer y lo hagan con gusto.

Organización.- Unidad social conscientemente coordinada, compuesta por dos o más personas que funciona de manera relativamente continúa para alcanzar una meta o conjunto de metas comunes.

Empresa.- Unidad económica que mediante la combinación de factores productivos que proporcionan bienes o servicios, puede ser pública o privada.

ANEXOS

Anexos 1



Distribución de población

| Descripción | Lugar | Población |
|---------------------------|----------------------------|-----------|
| Autoridades | Parroquia José Luis Tamayo | 5 |
| Presidente de los barrios | | 14 |
| Comunidad | | 374 |
| Total | | 393 |

Anexos 2



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA

DIRIGIDO: A la Comunidad

OBJETIVO: es conocer la opinión de los Comunidad Tamayense, para la creación de un Departamento de Relaciones Públicas para la Junta Parroquial de José Luis Tamayo.

INSTRUCTIVO: El cuestionario es completamente anónimo, por lo cual se ruega sea contestado lo más objetivamente posible, para obtener un buen resultado en la investigación.

Perfil del encuestado

Hombre Mujer

1.-¿ Cuáles son los medios de comunicación que usted considera que apoyan las actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo?

Radio TV Periódico

2.- ¿ Creé usted que debe existir un relacionista público en el Gobierno Autónomo descentralizado de la Junta Parroquial?

Definitivamente Si Definitivamente No Indeciso

3.-¿ Creé usted que es importante la implementación de un departamento de Relaciones Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luis Tamayo?

Definitivamente Si Definitivamente No Indeciso

4.-¿ En los actuales momentos la tecnología facilita la comunicación entre las personas y sus autoridades. ¿Cree usted que las actuales autoridades utilicen este sistema para que haya una comunicación eficaz y eficiente?

Definitivamente Si Definitivamente No Indeciso

5.- ¿Creé usted que las autoridades han informado o comunicado de las actividades en beneficio a la comunidad?

Definitivamente Si Definitivamente No Indeciso

6.- ¿Estaría de acuerdo en mejorar la comunicación en su sector barrial?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

7.-¿ Considera que la comunidad Tamayense se informa eficientemente de las actividades que realiza el Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo?

Definitivamente si Definitivamente no

8.-¿ Creé usted que existe una eficiente comunicación entre los diferentes presidentes de los sectores barriales para el logro de sus objetivos?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

9.-¿ Son tomadas en cuenta las opiniones de la comunidad en la planificación y organización de las actividades?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

10.-¿ Considera que el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo muestra una imagen favorable para con la sociedad?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

Anexos 3



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

ENCUESTA

DIRIGIDO: A Los Presidentes Barriales

OBJETIVO: es conocer la opinión de los Comunidad Tamayense, para la creación de un Departamento de Relaciones Públicas para la Junta Parroquial de José Luis Tamayo.

INSTRUCTIVO: El cuestionario es completamente anónimo, por lo cual se ruega sea contestado lo más objetivamente posible, para obtener un buen resultado en la investigación.

Perfil del encuestado

Marque con una X la, según considere necesario.

1.- ¿Conoce usted que son las Relaciones Públicas?

Definitivamente Si Definitivamente No Indeciso

2.-¿Conoce usted el rol de un Relacionista Públicas?

Definitivamente Si Definitivamente No Indeciso

3.- ¿Cuenta el Gobierno Autónomo de José Luis Tamayo con un departamento de Relaciones Públicas?

Definitivamente Si Definitivamente No Indeciso

4.-¿Cómo califica la comunicación e interrelación entre juntas parroquial y su comunidad

Excelente Buena Regular Mala

5.- ¿Se realizan reuniones permanentes con los líderes barriales en la comunidad?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

6.- ¿Conoce usted, quién gestiona y presupuesta las obras para las comunidades Tamayense?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

7.- ¿El Gobierno Autónomo difunde las actividades por los medios de comunicación locales?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

8.- ¿Con el uso de la tecnología, existen varias formas de comunicación, entre ellos el correo electrónico, página web, Twitter, Facebook; la institución a la que pertenece tiene algunos de estos medios de comunicación social?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

9.- ¿Cómo considera usted la comunicación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado y las instituciones públicas o barriales que existen en José Luís Tamayo?

Excelente Buena Regular Mala

10.- ¿Está usted de acuerdo que toda ejecución de los planes y programas del Gobierno Autónomo de José Luís Tamayo, debe existir algún nivel jerárquico del cual parten los lineamientos para su ejecución?

Totalmente de acuerdo De acuerdo En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Anexos 4



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA

DIRIGIDO: A Los Miembros de la Junta Parroquial

OBJETIVO: es conocer la opinión de los Comunidad Tamayense, para la creación de un Departamento de Relaciones Públicas para la Junta Parroquial de José Luis Tamayo.

INSTRUCTIVO: El cuestionario es completamente anónimo, por lo cual se ruega sea contestado lo más objetivamente posible, para obtener un buen resultado en la investigación.

Perfil del encuestado

Marque con una X la, según considere necesario.

1.- ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de José Luís Tamayo está cumpliendo con su misión y su visión?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

2.- ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado Junta Parroquial de José Luís Tamayo debe implementar un departamento de Relaciones Públicas?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

3.- Ante las diferentes actividades de gestión de los miembros de la Junta Parroquial, considera importante la existencia de un Profesional de Comunicación que permita una buena comunicación entre las instituciones?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

4.-¿ En el Gobierno Autónomo Descentralizado utiliza estrategias modernas para mantener comunicación con el publico externo y cual desearía incrementar?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

5.-¿si se realiza un plan de creación de un departamento de relaciones públicas que expectativas tiene para la ejecución de esta tesis de grado

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

6.-¿ Se realizan Convenios con otras instituciones en beneficio para la comunidad?

Definitivamente si Definitivamente no Indeciso

Anexos 5

Nomina de los Barrios con sus respectivos Presidente barriales

| | |
|-------------------------------|----------------------------|
| 1.- Barrio Vicente Rocafuerte | Sr. Antonio De La Cruz |
| 2.- Barrio Nueve de Octubre | Sr. Wilson De La Cruz |
| 3.- Barrio El Paraíso | Econ. Juan Rodríguez |
| Soriano | |
| 4.- Barrio Centenario | Lic. Miguel Vera Rivera |
| 5.- Barrio Vinicio Yagual | Sr. Jaime Del Pezo Del |
| Pezo | |
| 6.- Barrio Arena y Sol | Sra. Ana Pincay Chòez |
| 7.- Barrio Brisas del Mar | Sr. Marciano Cochea |
| González | |
| 8.- Barrio 24 de Septiembre | Sr. Luís Mujica |
| 9.- Barrio Nicolás Lapentti | Sr. Richard González |
| 10.- Barrio Carolina | Sra. Miriam Triviño |
| 11.- Barrio 23 de Enero | Sr. Pedro Reyes |
| 12.- Barrio 6 de Junio | Sra. Ferrer Martínez Reyes |
| 13.- Barrio 28 de Marzo | Sr. Luís Lino |
| 14.- Barrio Santa Paula | Sr. Goerge Villagomez |

Anexos 6



GOBIERNO PARROQUIAL AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO

JOSÉ LUIS TAMAYO

REGISTRO OFICIAL N° 303, DEL 19 DE OCTUBRE DEL 2010

jjoseluitamayo@hotmail.com

SALINAS - SANTA ELENA- ECUADOR



El suscrito **SR. VALENTÍN SORIANO SORIANO, PRESIDENTE JUNTA PARROQUIAL DE JOSÉ LUIS TAMAYO** y **CONSEJERO PROVINCIAL DE SANTA ELENA**, con cédula de ciudadanía N° 090984564-6, domiciliado en la Parroquia José Luis Tamayo - Salinas.

CERTIFICA:

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo, perteneciente al cantón Salinas, provincia de Santa Elena, certifica que la señorita **LIZCET ROSALES GUALE**, ha presentado en virtud de estudiante de la carrera Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, su tesis de grado a ejecutar en esta institución demostrando que este proyecto se ejecutará en nuestro beneficio y el de la comunidad.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, autorizando al peticionario hacer uso del presente como estime conveniente.

José Luis Tamayo, 19 de Abril del 2010.

Eusebio Valentín Soriano Soriano.

Presidente de la Junta Parroquial

Consejero Provincial

Fono: 085742612



Anexos 7



GOBIERNO PARROQUIAL AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO

JOSÉ LUIS TAMAYO

REGISTRO OFICIAL N° 303, DEL 19 DE OCTUBRE DEL 2010

ipjoseluitamayo@hotmail.com

SALINAS - SANTA ELENA- ECUADOR



El suscrito **SR. VALENTÍN SORIANO SORIANO, PRESIDENTE JUNTA PARROQUIAL DE JOSÉ LUIS TAMAYO** y **CONSEJERO PROVINCIAL DE SANTA ELENA**, con cédula de ciudadanía N° 090984564-6, domiciliado en la Parroquia José Luis Tamayo – Salinas.

CERTIFICA:

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia José Luis Tamayo, perteneciente al cantón Salinas, provincia de Santa Elena, certifica que en el censo poblacional que se realizó el 28 de Noviembre del 2010, a nivel nacional, los resultados poblacionales en nuestra parroquia fueron:

Total de la población: 21.682 habitantes

Dividiéndose en dos grandes grupos:

| | |
|----------|--------|
| Mujeres: | 10.768 |
| Hombres: | 10.914 |

José Luis Tamayo, 19 de Abril del 2010.




Eusebio Valentín Soriano Soriano.
Presidente de la Junta Parroquial
Consejero Provincial
Fono: 085742612

Anexos 8

REALIZANDO LAS ENTREVISTAS



Anexos 9

REALIZANDO LAS ENCUESTAS

