

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES

La comunicación es elemento esencial para que los grupos humanos convivan en el marco de una apropiada compatibilidad social. Sin duda, la oportuna interrelación y diálogo entre personas permite el reconocimiento y legitimación societal.

Cada institución se ve obligada a fortalecer sus vasos comunicantes en procura de que fluya una oportuna información en el conjunto de la sociedad. Tal hecho, acredita que la identidad institucional aflore y se exprese en el ambiente circundante (social, económico, cultural, productivo, empresarial, educacional, ambiental, recreativo).

El Gobierno Municipal de Otavalo (GMO) es una institución pública que promueve el bien común y el progreso local. Sus orígenes se remontan a la tradición hispana e ibérica, con denominaciones como Cabildo, Ayuntamiento, y, claro está, Municipio. Sin desconocer, desde luego, que en los anales de la humanidad, el Municipio como estamento político-administrativo tuvo sus raíces estructurales primigenias en la Grecia y Roma antiguas.

La tarea jurídico-administrativa está normada y regulada por la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Régimen Municipal, y demás leyes conexas. La Municipalidad otavaleña integra la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME) – Regional No. 1.

En su organigrama jerárquico-estructural resaltan los ámbitos: ejecutivo y legislativo. En el primero, se deriva la alcaldía, direcciones y jefaturas departamentales, comisaría, funcionarios y trabajadores. En el segundo, el Concejo Municipal en pleno, conformado por el alcalde/sa y nueve concejales/as y las comisiones permanentes y especiales (Obras Públicas, Finanzas, Medio Ambiente, Turismo, Desarrollo Rural, Género, Educación y Cultura, Promoción Social y Salud, Servicios, Tránsito y Transporte). El presupuesto anual asciende a: \$17.257,731.46.

En el año 2003, el H. Congreso Nacional declaró oficialmente a Otavalo, como Capital Intercultural del Ecuador; en virtud de su legado histórico-cultural y su diversidad interétnica. Esta ciudad se ha convertido en el crisol de la interculturalidad, esto es, de la armónica y tolerante relación de las etnias existentes (mestiza, indígena, afrodescendiente).

Asimismo, el cantón Otavalo es conocido a nivel nacional e internacional como un sitio de afluente turístico y producción artesanal. Esto, como consecuencia del talento y laboriosidad de la población (especialmente indígena) en la elaboración y comercialización de artesanías, así como del encanto de lugares paisajísticos y naturales. Por tal efecto, el Gobierno Municipal tiene una directa responsabilidad en la promoción y difusión de la actividad turístico-productivo-cultural.

En este aspecto, es menester revalorizar la impronta histórica de Otavalo en su condición de ayllu, repartimiento, cacicazgo, asiento (1534), corregimiento (1540), villa (11 de noviembre de 1811), y, posteriormente, ciudad; denominación firmada por puño y letra del libertador Simón Bolívar el 31 de octubre de 1829, calificándola en el decreto respectivo como emporio “...*susceptible de adelantamiento*”. Su categoría de cantón devino ya tras la primera Ley de División Territorial expedida por el Congreso de la Gran Colombia (25 de junio de 1824).

Otavalo está ubicado en la provincia de Imbabura, región norte del Ecuador. Tiene una superficie de 528 kilómetros cuadrados. Limita al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha), y; al oeste con los cantones Quito y Cotacachi. Predominan los idiomas: castellano y kichwa.

Según el documento oficial denominado Plan de Vida de Otavalo – 2002 (Actualización del Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal) se define como objetivo central institucional “Construir un Gobierno Municipal fuerte, con capacidad para tomar decisiones, con respaldo ciudadano. Su estructura y personal potencian el desarrollo humano del Cantón”.

En suma, el Municipio de Otavalo, como organismo cuya naturaleza es la prestación de servicios, ejecución de la obra pública y, regulación y ordenamiento cantonal dirigida a la colectividad, tiene el compromiso de mejorar un sistema de comunicación, el cual permita divulgar y socializar el quehacer corporativo-institucional.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para clarificar nuestro trabajo investigativo exponemos las posibles causas y consecuencias que derivan en que la Municipalidad de Otavalo tenga deficiencias en la comunicación organizacional, pese a la existencia de una Jefatura denominada de Diálogo Intercultural y Comunicación.

Limitada información municipal en medios de comunicación masivos y alternativos, conllevando en la ciudadanía el desconocimiento de la obra pública y servicios básicos.

Desinterés y falta de voluntad política de las autoridades de turno hacia el hecho comunicativo y proyección de la imagen institucional, ocasionando que la comunicación organizacional se convierta en un eje secundario.

Reducido flujo comunicacional y falta de interrelación en el público interno (autoridades, direcciones, jefaturas departamentales, empleados, funcionarios y trabajadores), situación que desemboca en la ejecución de políticas institucionales aisladas en el campo comunicacional.

Mínima estructura administrativa y de personal en la Jefatura de Diálogo Intercultural y Comunicación, circunstancia que provoca que no existan condiciones técnico-laborales y operativas para la efectiva promoción municipal.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se está desarrollando la Comunicación Social y las Relaciones Públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo?

1.4.1 DELIMITACIÓN

1.4.1. DE LAS UNIDADES DE OBSERVACIÓN

Este trabajo se efectuará a autoridades, funcionarios, empleados, trabajadores de la Municipalidad de Otavalo, y la población de dicho cantón de Imbabura.

1.4.2. ESPACIAL

La indagación expuesta se desarrollará en la geografía político-administrativa del Cantón Otavalo; lugar de directa influencia de la matriz municipal.

1.4.3. TEMPORAL

La presente indagación se impulsará durante los meses de marzo a junio del 2010.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1. GENERAL

Determinar cómo se encuentra la Comunicación Social y las Relaciones Públicas en el Municipio de Otavalo.

1.5.2. ESPECÍFICOS

- 1.5.2.1. Diagnosticar la situación de la comunicación organizacional y las relaciones públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo.
- 1.5.2.2. Determinar qué estrategias comunicacionales utiliza el Municipio de Otavalo.
- 1.5.2.3. Establecer cómo funciona actualmente la Jefatura de Diálogo Intercultural y Comunicación.
- 1.5.2.4. Proponer la creación de la Dirección de Comunicación Social y Diálogo Intercultural.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Esta indagación redundará de manera positiva en la población otavaleña, ya que se plantearán alternativas destinadas a mejorar el flujo informativo entre los usuarios de los servicios básicos y el ente municipal.

El proyecto permitirá corregir errores en las instancias pertinentes del Municipio de Otavalo, respecto del manejo de un sistema integral de comunicación organizacional y relaciones públicas.

Por otra parte, la indagación se apega a las exigencias de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT), misma que ha adoptado el Método Científico y, por tanto, la tesis seguirá tal proceso.

Este proyecto se realizará porque los investigadores son egresados de Comunicación Social de la FECYT, de la Universidad Técnica del Norte, por tanto, el problema a investigar es de la especialización señalada.

El proyecto es factible, ya que las condiciones económicas no son altas, en vista de que la inversión requerida es viable, tanto, en la adquisición de material bibliográfico, revistas y otras publicaciones de similar orden, como en la reproducción de fotocopias, anillados, empastados. Cabe señalar, que el equipo investigador tiene en su biblioteca particular textos básicos inherentes a la temática abordada.

Las condiciones logísticas se prestan ya que uno de los proponentes es Concejal de Otavalo. De igual manera, la otra investigadora, anteriormente, se desempeñó como Jefa de Comunicación y Diálogo Intercultural del GMO.

En relación al tiempo, los investigadores estimarán el tiempo necesario para la elaboración de este proyecto; al menos dos horas diarias, dentro del período establecido.

Por la coyuntura descrita, el GMO está de acuerdo en apoyar la realización de este trabajo académico, especialmente, la Alcaldía de Otavalo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso interactivo con el cual el hombre transmite ideas, sensaciones, emociones, sentimientos hacia el resto del conjunto de la sociedad, sean una o más personas. Aunque no cabe duda que la comunicación existiera antes de la presencia del propio hombre.

Antonio Paoli (1989), de manera pedagógica define a la comunicación:

“Como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado” (pág. 11).

Según la página web www.mitecnologico.com:

“Comunicación proviene de la palabra latina Communis, que significa común, por tal motivo al comunicarse, se trata de

establecer una comunidad con alguien. La comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana. Es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales. Se considera a la comunicación como un proceso humano de interacción de lenguajes que se encuentra más allá del traspaso de la información. Es más un hecho sociocultural que un proceso mecánico. La comunicación, naturalmente, no se ha convertido en una disciplina”.

En cierto modo la comunicación tiene el influjo de su entorno socio-cultural, de los modelos políticos y económicos que van imponiéndose desde las estructuras de poder, del entorno sociológico y ambiental.

Omar Rincón y Mauricio Estrella (2001) en el libro titulado “Televisión: Pantalla e Identidad” aseveran que:

“La comunicación, más allá de si es una ciencia, una disciplina, un arte, un oficio o una pregunta trans o interdisciplinaria es en la sociedad actual un valor transversal a todas las disciplinas y las problemáticas de acción y pensamiento social” (pág.27).

Visto así a la comunicación, las comunidades humanas poseen como eje esencial las relaciones interpersonales, y, a partir de ese hecho cotidiano, pero no por eso menos relevante, los diferentes actores sociales construyen vínculos interactivos en escenarios indistintos, como el hogar, el aula, el barrio, el lugar de trabajo, el centro de diversión, el negocio privado, el ente estatal, etc.

En términos de Rodrigo Santillán Peralbo (2006):

“Solo cuando se establece una correlación recíproca entre significados que se intercambian se produce el proceso de comunicación. Si existe correspondencia entre los códigos (entendido que el código como término del acto comunicativo es el idioma, que obligadamente tiene que ser el mismo entre emisor y receptor, de lo contrario no habrá comunicación) del comunicador y del receptor, el mensaje tiene grandes posibilidades de éxito; es decir, los referentes lingüísticos deben ser iguales entre emisor y receptor” (pág.19).

En tanto, Leonardo Moreira Delgado (2001) considera que:

“La comunicación puede definirse como el sistema de comportamiento integrado que calibra, regulariza, mantiene y, por ello, hace posibles las relaciones entre hombres. Por eso podemos ver en la comunicación el mecanismo de la organización social, de la misma manera que la transmisión de la información es el mecanismo del comportamiento comunicativo” (pág. 17).

En la interrelación del hombre con su entorno social, ha sido esencial la aplicación de un sistema comunicativo, a partir de mecanismos e instrumentos (lenguaje táctil, oral, visual, escrito, alfabeto, papiro, tinta, imprenta, papel, video, etc.) desarrollados por los integrantes de la comunidad humana, paralelo a las diferentes etapas histórico-culturales.

A lo largo de la historia de la humanidad su evolución ha sido ciertamente vertiginosa.

Para José Villamarín C. (1997):

“La comunicación va determinando las formas de sociabilidad que asume el individuo. Y a la vez es determinada por ellas. Conforme evoluciona la especie, evoluciona la comunicación, en una relación de total interdependencia” (pág. 36).

Desde el apareamiento evolutivo del hombre, se intuye la urgencia propia del ser por descifrar códigos primarios que vayan facilitando una convivencia más llevadera con los otros y consigo mismo.

En tal circunstancia el mismo Villamarín cree que:

“... mientras se sigue desarrollando el cerebro del hombre, las formas de comunicación son primitivas, embrionarias. Conforme el individuo y la sociedad en la que vive se van tornando complejas y va también haciéndose más compleja la comunicación” (pág. Ibid.).

En la web www.cangurorico.com se señala que:

“El concepto de la comunicación puede tener muchos enfoques, en función de los distintos campos o ciencias sociales que deben consensuar sobre su definición, según Antonio Pasquali la comunicación debe reservarse a la interrelación humana, independientemente de los elementos intermediarios utilizados para lograrla, así como también la considera; el ingrediente estructural en la conformación de una sociedad”.

En tal sentido, Antonio Pasquali en www.gestiopolis.com define a la comunicación así:

“la relación comunitaria humana consiste 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”.

El mundo transmuta y vive en la actualidad una rápida transformación, en todos los ámbitos, que, sin embargo, produce un doble efecto; las sociedades cada vez están más relacionadas entre sí, y parece que podrían ser cada vez más prósperas; no obstante, presentan ciertos efectos negativos derivados de estos cambios.

En efecto, por una parte, nos encontramos con la mundialización o globalización de las relaciones entre las naciones; con el progreso en la técnica y ciencia, y con el impresionante adelanto de los sistemas de comunicación.

Pero, por otra parte, siguen, e incluso, aumentan las profundas desigualdades que existen entre los seres humanos y prosiguen los graves ataques al medio ambiente, fruto de un desarrollo rápido e imparable impulsado por los grandes organismos multinacionales.

Bien subraya Jhon Sinclair (2000):

“la internacionalización de la comunicación siempre ha tenido una conexión con el imperialismo y el colonialismo, por lo menos desde 1492, fecha que, según algunos escritores como Suart Hall (1996), señala el inicio del proceso de globalización”
(pág.11).

Las sociedades contemporáneas acarician una sobreabundancia informativa (especialmente proveniente de las nuevas tecnologías de la información y comunicación), que, si bien, tiende a democratizar el acceso comunicacional, a ratos, esa misma carga de datos, hechos, sucesos, acontecimientos, -en suma conocimiento- degenera en confusión, ligereza y superficialidad. Todo ello, socializado a través de los medios de comunicación masivos (radio, prensa escrita, televisión, internet).

Por ello, César Ricaurte (2001) cree que:

“Paradójicamente, mientras las tecnologías de la información y los medios de comunicación masivos se desarrollaban de forma acelerada, el siglo XX bien puede ser considerado el siglo de la incomunicación más profunda” (pág. 90).

Por su parte, Fausto Jaramillo (2007) asegura que:

“Como toda obra humana, la comunicación no siempre ha sido motivo de alabanza por sus posibilidades y bondades, en ocasiones también han sido blanco de fuertes críticas. Un análisis elemental de lo que ha venido sucediendo en los medios de comunicación social, sobretudo en el mundo occidental, nos muestra que la información no fue administrada democráticamente, por el contrario, roza en lo tiránico: unos pocos deciden la información que van a consumir millones de personas quienes ni siquiera tienen derecho a la réplica” (pág. 49).

La concentración del poder mediático en grupos económicos y empresariales va en detrimento de la libertad informativa en el conjunto ciudadano.

Ignacio Ramonet en el *Le Monde Diplomatique* (oct. 2003), sentenció:

“En la nueva guerra ideológica que impone la mundialización, los medios de comunicación son utilizados como un arma de combate. La información, debido a su explosión, su multiplicación, su sobreabundancia, se encuentra literalmente contaminada, envenenada por todo tipo de mentiras, por los rumores, las deformaciones, las distorsiones, las manipulaciones”.

2.1.2 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Leonardo Moreira (2001) dice lo siguiente respecto del tema:

“En los actuales momentos el concepto de comunicación también se ha modernizado, porque ha ido de lo social a lo empresarial, en una economía neoliberal, siendo así es importante abrirse campo en la comunicación organizacional, para cuyo efecto los profesionales en comunicación deben empezar por manejar el portafolio de servicio, entendido como las áreas de conocimiento que se ofertan en el campo de la comunicación empresarial, y ellas son: Asesoría y Consultoría, Dirección y Producción de medios, y organización de eventos”
(pág. 80).

Toda institución se ve obligada a mantener una imagen interna y externa idónea, razón por la cual, la comunicación debe reflejarse en un sistema interactivo, que procure una adecuada interrelación del conglomerado humano existente.

Por otra parte, Carlos Fernández (www.cangurorico.com) discurre que:

“la comunicación aplicada a nivel de organizaciones u organizacional, reviste un carácter natural, cualquiera sea la envergadura, deduciendo que no puede existir una organización sin comunicación, representando netamente el alma de la misma.

Conceptuándola como un conjunto de técnicas y actividades que buscan la fluidez de mensajes entre los miembros de una organización, así como entre ésta y su medio, afectando opiniones, actitudes y conductas, tanto en los receptores internos como externos a la misma, para alcanzar con la mayor eficacia sus objetivos, basándose en la investigación para lograr las oportunidades en las distintas áreas en función del conocimiento de las problemáticas y la distintas necesidades.

A nivel gerencial su eficacia va a determinar la eficiencia, tanto para la solución de problemas, como para el fortalecimiento de las relaciones entre quienes la conforman, estructurando así la planificación y el control.

Comunicación e integración, representan la esencia del desarrollo para una estructura organizacional”.

En la configuración del desarrollo la comunicación institucional tiene un rol motivador cuya consecuencia va encaminada al progreso colectivo. María Luisa Muriel y Gilda Rota (1980) describen a la comunicación institucional como:

“El Sistema Coordinador entre la Institución y sus Públicos que Actúa para Facilitar la Consecución de los Objetivos Específicos de Ambos y, a través de ello, Contribuir al Desarrollo Nacional” (pág. 31).

Dicho aquello, la comunicación en la existencia corporativa se vuelve una necesidad elemental, ya sea, para que fluya una interconectividad entre los públicos internos, o, para que la relación entre la entidad y los públicos externos se convalide en la práctica cotidiana, desde una lógica que brinde respuestas con responsabilidad social, legitimando así, la vigencia y permanencia institucional. Es lógico considerar que las instituciones a partir de sus políticas, metas y objetivos planteados requieran como norma básica la proyección al conjunto de la comunidad a la que se deben. En gran medida, la razón de ser y de existir de los entes colegiados son los públicos. En la empresa privada: los clientes y consumidores; en la institucionalidad pública: los usuarios, beneficiarios, en suma, la ciudadanía.

Como dice Germán Hennessey Noguera (2006):

“Si las organizaciones son colectivos humanos, la comunicación es una necesidad de las organizaciones. La comunicación debe ser una gestión no propiedad de una persona, sino apropiada por todas las personas; no excluyente, sino incluyente. Comunicación no debe ser una gestión externa a la gente, sino para la gente, con la gente y por la gente” (en Comunicación Organizacional, Cultura y gestión para el cambio, CIESPAL, Quito, 2006, pág.77).

La comunicación organizacional es el eje vinculante de la entidad o corporación entre sí con su comunidad cuya dinámica va configurando una verdadera cultura organizacional a través de un plan estratégico.

Para concluir con este acápite, es provechoso incluir el criterio docto de Umberto Eco -extraído de la red- quien asevera que:

“la comunicación institucional no se trata de hablar solamente al exterior, como lo hacen los publicitarios, se trata de interpretar la estructura de la entidad como un flujo permanente de información y gestionar dicha información de un modo eficaz y estratégico”.

2.1.3. RELACIONES PÚBLICAS

Para entender con profusión las relaciones públicas acogemos la concepción extraída de la web (www.mitecnologico.com):

“Las Relaciones Públicas se definen como un esfuerzo planeado que realiza la organización para influir sobre las actitudes y opiniones de un grupo específico que pueden ser: clientes, accionistas, gobierno, proveedores, entre otros.

Las relaciones públicas constituyen un elemento clave como conjunto de herramientas de la mercadotecnia que ayudan a promover lo que se quiere vender con: seriedad, compromiso y atención.

Es muy importante que las personas o el departamento encargado de las Relaciones Públicas dentro de una empresa mantenga la consistencia de la imagen de dicha organización y sobre todo mantener una excelente comunicación con su entorno”.

Las relaciones públicas cumplen un rol complementario a la tarea emprendida en la comunicación organizacional, sin desconocer, que van de la mano, juntas en el horizonte cierto de consolidar y fortalecer la imagen institucional. Las relaciones públicas generan pautas operativas que se derivan en la buena presencia de la entidad o cuerpo colegiado.

Por otro lado, en la página digital www.definicion.de/relaciones-publicas se describe a las relaciones públicas como:

“la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva. Se dice que sus orígenes se remontan a la antigüedad, cuando las sociedades tribales intentaban promover el respeto a la autoridad del jefe.

Se trata de una disciplina planificada que se desarrolla de modo estratégico y que apela a una comunicación bidireccional, ya que se dirige a un público (interno y externo) pero también escucha y atiende las necesidades de éste”.

Las relaciones públicas ejercen una incidencia vital entre la institución y los públicos. La aplicación de estrategias comunicacionales permite confluir en una relación estrecha, familiarizada y pro-activa en la comunidad en general.

María de las Mercedes Cancelo San Martín sostiene en la Revista Chasqui (No.98 – junio 2007) que:

“la búsqueda de mejora relacional entre las instituciones y los ciudadanos nace amparada en las relaciones públicas, como búsqueda de la comprensión mutua y abandonando así la comunicación persuasiva, cuyo único objetivo era convencer, en lugar de dialogar” (pág. 75).

2.1.4. INSTITUCIÓN

Una institución es una estructura jurídico-administrativa, en donde se establecen pautas para su funcionamiento regular. Asimismo, en la perspectiva del microcosmos, se puede identificar a una institución, desde la composición unitaria de un grupo de personas con similares fines de coexistencia.

La sociedad tiene en su seno la conformación y presencia de instituciones que enfocan su labor en la plena satisfacción de las necesidades y urgencias colectivas. De algún modo, es una manera ideal de organizar la estructura del aparato social.

Los sujetos corporativos acumulan responsabilidades y obligaciones en las diversas y disímiles áreas del convivir humano. A través de las instituciones se esbozan propósitos comunes. Ellas poseen valores patrimoniales materiales e inmateriales, tangibles e intangibles. Tienen como valor agregado el bienestar comunitario, superando el interés particular.

María Luisa Muriel y Gilda Rota (1980) sintetizan así su criterio sobre institución:

“Sistema Social que mediante la Utilización de Recursos (Insumos) Actúa (Transformación) Coordinadamente (Equilibrio, Interdependencia, Retroinformación, Entropía y Manejo de la Incertidumbre) Para la Consecución de los Objetivos (Productos) Para los que fue Creada” (pág. 39).

En www.es.wikipedia.org se establece el siguiente razonamiento:

“Las instituciones son mecanismos de orden social y cooperación que procuran normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser reducido o coincidir con una sociedad entera). Las instituciones en dicho sentido trascienden las voluntades individuales al identificarse con la imposición de un propósito en teoría considerado como un bien social, es decir: normal para ese grupo. Su mecanismo de funcionamiento varía ampliamente en cada caso, aunque se destaca la elaboración de numerosas reglas o normas que suelen ser poco flexibles”.

En términos generales, hay instituciones públicas y privadas.

a. Instituciones públicas

Son aquellas que están relacionadas directamente con el Estado, y/o gobierno de turno. Están ligadas con el ejercicio de la administración pública. Su labor se enmarca dentro de la planificación del desarrollo nacional, por el bien de la población y ciudadanía.

En su quehacer oficial sobresalen objetivos y metas determinadas desde un enfoque administrativo enmarcado desde las políticas y legislación pública. El accionar de las instituciones o empresas públicas está determinado por el enfoque de servicio social.

María Luisa Muriel y Gilda Rota (1980) al respecto indican:

“Independientemente de sus objetivos específicos, las instituciones públicas, en general, son los medios de los que el Estado, a través del gobierno, se vale para realizar sus funciones y alcanzar su objetivo de bien común que se suele identificar con el de desarrollo nacional” (pág. 44).

b. Instituciones privadas

Son entes que se deben a grupos particulares, ajenos al quehacer gubernamental. Si bien se rigen por normas estatales, su misión y visión es independiente de la Cosa Pública. Generalmente, tienen intereses definidos en el marco del libre mercado, esto es, existe afán de lucro en sus finalidades corporativas. Aunque también perviven entidades privadas con fines asistencialistas, sociales, humanitarios, culturales, etc.

Rosa María Alfaro (1993) hace hincapié sobre las políticas de comunicación para el desarrollo, entendiéndolas como:

“estrategias rectoras del comportamiento comunicacional de las instituciones preocupadas realmente por el país y su destino”
(pág. 95).

2.1.5. GOBIERNO MUNICIPAL

Los municipios a lo largo del tiempo han sido entidades ligadas al desarrollo poblacional. Son instituciones públicas que planifican, coordinan y ejecutan obras, proyectos y propuestas destinadas al mejoramiento de la condición de vida de la colectividad a la que se deben. Los municipios se establecen en determinadas jurisdicciones geográficas locales, en las cuales implementan normas jurídicas para la armonización social. Estas disposiciones son conocidas como ordenanzas y resoluciones. Los entes municipales reciben rentas y financiamiento del Estado, así como también, del aporte ciudadano.

En la actualidad con el afán de modernizar este estamento de esencia política, servicio social y ejecutoria gerencial, se ha establecido la denominación de Gobiernos Municipales, reflejando así la jerarquía administrativa e importancia en la planificación cantonal.

El Art.1 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal vigente en el Ecuador explicita la naturaleza y fines de este organismo:

“El municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del Estado, cuya finalidad es el bien común local y, dentro de éste y en forma primordial, la atención de las necesidades de la ciudad, del área metropolitana y de las parroquias rurales de la respectiva jurisdicción. El territorio de cada cantón comprende parroquias urbanas cuyo conjunto constituye una ciudad, y parroquias rurales”.

2.1.6. GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO

2.1.6.1. MISIÓN

El GMO tiene como misión “promover e incentivar las fortalezas de la ciudadanía y sus organizaciones para que conjuntamente con el Gobierno Municipal, eje coordinador, mejore su calidad de vida en el marco del desarrollo humano y socio económico integral, cuidando su ambiente, privilegiando satisfacer las necesidades intelectuales, físicas y

espirituales, garantizando la continuidad en el tiempo, siendo las y los ciudadanos constructores de su propio bienestar, enmarcados en el Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal”.

2.1.6.2. VISION

En tanto, su visión se enmarca en que “el Gobierno Municipal trabajará de manera sostenida acorde a lo estipulado en el Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal – ‘Plan de Vida de Otavalo’, por el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, producto de la aplicación de políticas participativas de desarrollo, aprovechando sus potencialidades y oportunidades, en el marco de la interculturalidad, solidaridad, tolerancia, reciprocidad y transparencia”.

2.1.6.3. OBJETIVO

Asimismo, el objetivo del Gobierno Municipal de Otavalo, de acuerdo al Reglamento Orgánico Funcional Institucional, se fundamenta en: “Mejorar la calidad de vida de la población del Cantón Otavalo, en el marco del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal – ‘Plan de Vida de Otavalo’, a través del desarrollo de las fortalezas de la ciudadanía mediante la aplicación de una política participativa”.

El Ayuntamiento otavaleño posee las categorías: legislativa y gubernativa (Concejo Municipal y Alcaldía), intermedio (auditoría interna, secretaría general, asesoría jurídica), y administrativo y técnico operativo.

En esta categorización cuenta con las direcciones: administrativa, financiera, planificación urbana, higiene, salud y gestión ambiental, obras públicas, educación y cultura, agua potable y alcantarillado, participación y desarrollo. Y, las jefaturas de: recursos humanos, comisaría municipal, informática, contabilidad, tesorería, rentas, bodega, control y desarrollo urbano, proyectos arquitectónicos, avalúos y catastros, tránsito y transporte terrestre, gestión ambiental, desechos sólidos, ingeniería vial y presupuestos, comisaría de construcciones, educación, promoción social, alcantarillado, comercialización y atención al cliente, comunicación y diálogo intercultural, desarrollo económico.

Su accionar beneficia a 90.188 habitantes (según el registro del VI Censo de Población y V de Vivienda efectuado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC, en el 2001) del área urbana (parroquias: San Luis y El Jordán), y de las nueve parroquias rurales (San Pablo, González Suárez, San Rafael, Eugenio Espejo, San José de Quichinche, Miguel Egas Cabezas, San Juan de Ilumán, Pataquí y Selva Alegre).

Se desprende porcentualmente en el sector rural, el 55.7%, y, en el sector urbano el 44.3% de habitantes. El 51.9% son mujeres, y, el 48.1% son hombres. No obstante, es oportuno señalar que la proyección dada por el propio INEC, al 2010 es de 110.461 habitantes.

Como datos referenciales se destacan: el aparecimiento del nombre de José Manuel Jijón, como presidente del Municipio en 1846, en la **Monografía del Cantón Otavalo** (Colección Otavalo en la Historia, Volumen 52, pág. 104, IOA-Universidad de Otavalo, 2002), del padre Amable Agustín Herrera. Y, la edificación y apertura de la casona

municipal en 1929, en la **Monografía de Otavalo** (Volumen II, pág. 166, IOA, 1988), de Álvaro San Félix. Así también, es conveniente acotar que el primer alcalde indígena nominado tras un proceso eleccionario es Mario Conejo Maldonado, quien asumió esta dignidad a partir del 2000. El 31 de julio del 2009, se posesionó en el tercer período (2009-2014) de su administración municipal, por mandato popular, tras el escrutinio y publicación de resultados de la Junta Provincial Electoral de Imbabura.

Es importante soslayar que a través de los recientes procesos socio-políticos gestados en nuestro país, en el marco del régimen democrático, se ha dado un fuerte impulso a la denominada “rendición de cuentas”, que es un mecanismo para informar de las actividades y ejecutorias que se impulsan en entidades e instituciones por personeros y autoridades de turno.

La rendición de cuentas está establecida de manera amplia y expresa en el marco jurídico nacional vigente (Constitución de la República y leyes orgánicas de: Transparencia y Acceso a la Información Pública, Participación Ciudadana) en donde se establecen parámetros que protegen el acceso a la información y el derecho de las personas a la comunicación y a la libertad de expresión y pensamiento, en el marco de la plena participación ciudadana.

Marco Navas (2002) sostiene que:

“el Derecho de la Comunicación constituye un cuerpo de enunciados fundamentales que regularían la dimensión social de la comunicación de manera integral y que por lo tanto, desde su construcción teórica más aceptada, esta denominación abarcaría tanto la libertad de expresión, cuanto

el derecho a la información y todos sus elementos de garantía” (pág. 127).

En ese sentido el proceso comunicacional que provenga del GMO, estará determinado no sólo por la voluntad de la autoridad de turno, sino por la fuerza coercitiva de la ley imperante.

En Otavalo dicho sistema comunicacional, deberá establecerse considerando su realidad interétnica y multicultural, por tal motivo, para nosotros es importante revalorizar el concepto de “diálogo intercultural”, esto es, la aplicación plena de la tolerancia y respeto con el otro yo, ya sea indio, mestizo, afrodescendiente, para arribar a objetivos comunes, aceptando las diversidades culturales e históricas.

Mario Conejo Maldonado (2004) señala que ***“El I. Municipio de Otavalo plantea un esquema muy simple, que, para construir buenas relaciones, necesitamos que cada uno conozca su pasado, su historia, tener orgullo de lo que somos, conscientes de nuestra historia, de nuestra cultura, y se pueda establecer una relación de comunicación, de empuje, de encuentro, de diálogo, de construcción; pero para construir esa relación respetuosa, tenemos que avanzar fortaleciendo nuestras identidades, conociéndonos mutuamente [...] Es política municipal que el diálogo sea la herramienta permanente y constante, la comunicación directa, información obligatoria para generar confianza y juntos hacer del ejercicio público el espacio donde se practique una cultura de honestidad y transparencia” (págs. 25 y 28).***

Para graficar el tema, acogemos el punto de vista de Aníbal Fernando Bonilla, miembro de la Casa de la Cultura Núcleo de Imbabura,

y coautor de esta investigación, quien en su libro “ConTextos” (CCE-Imbabura, 2009), detalla así a la interculturalidad:

“Sin duda, este fenómeno socio-cultural tiene percepciones variadas según el ojo analítico. Este hecho que se entrelaza con la teoría y praxis cobra marcada vigencia en pueblos con hondo raigambre identitario y de convivencia heterogénea (...) La interculturalidad es un espacio de inter-actuación étnica, alcanzando complementariedad en puntos coincidentes y tolerancia en aspectos divergentes” (pág. 79).

2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO-PERSONAL

En conclusión nosotros acogemos y reivindicamos el planteamiento de Rosa María Alfaro que propugna la comunicación para el desarrollo, aplicado en el entorno institucional. Es una mirada contemporánea que superpone al hombre, como sujeto de cambio y progreso. En este sentido, la comunicación tendrá la responsabilidad de consagrar a los públicos instrumentos de aprendizajes y conocimiento, transformación del sujeto humano, a más de la información básica, sin descuidarse del servicio que otorga la instancia pública a la ciudadanía.

Igualmente, consideramos pertinente ampararnos en las tesis sustentadas por María Luisa Muriel y Gilda Rota en donde se establece una marcada relación entre la entidad y los públicos, con la finalidad superior del fenómeno comunicativo en cuanto a la función social, y, no meramente, utilitaria o accesoria.

2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Autoridad.-** Persona que ejerce el mando de algo, con cualidades especiales para mantener cierta jerarquía social.
2. **Código.-** Clave con la cual se conforma un mensaje, en donde se observa una activa participación del emisor y receptor.
3. **Comunicación.-** La comunicación es la capacidad que tienen los seres vivos para transmitir información, la misma que se expresa por medio de varios símbolos, hablados, escritos, mímicos, visuales, señales de luces, sonidos, entre otras.
4. **Comunicación Interna.-** La comunicación interna es la comunicación dirigida al funcionario interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de los sectores públicos y privados de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno de armonía donde el cambio es cada vez más rápido.
5. **Comunicación Externa.-** Es un conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos, así como a proyectar una imagen favorable de la organización.
6. **Comunicación Organizacional.-** Es el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una compleja organización. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones).

7. **Cultura.-** Es el conjunto de tradiciones, costumbres, signos lingüísticos, características especiales de grupos sociales determinados. Es la expresión del hombre respecto de su talento, creatividad y evolución particular y comunitaria.
8. **Dirección.-** Dirigir, mandar. Tomar decisiones de manera planificada con el afán de alcanzar un resultado efectivo.
9. **Estrategia de Comunicación.-** Debe ser coherente y funcional a los ejes conceptuales y metodológicos de la política y de la intervención diseñada y refiere al conjunto de prácticas e instrumentos de intercambio comunicacional dirigidos a mostrar una realidad nueva (informar), cuestionar y revisar lo previo (generar opinión), modificar prácticas y actitudes (tomar decisiones).
10. **Estructura Orgánica.-** Se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación.
11. **Evaluación.-** Acción y efecto de evaluar. Consideración y análisis de datos cualitativos y cuantitativos.
12. **Funcionarios.-** Un funcionario es aquel trabajador que desempeña funciones en un organismo del Estado, que puede representar a cualquier poder público que exista, ya sea el legislativo, el ejecutivo o el judicial. Asimismo, en una dependencia privada, en donde recibe disposiciones jerárquicas gerenciales.

13. **Identidad.-** Conjunto de rasgos o características propias de una determinada persona o grupo colectivo o comunitario.
14. **Imagen.-** En lenguaje y comunicación la imagen consiste en la representación sensible, la materialización de ideas abstractas.
15. **Información.-** Es la transmisión de datos relevantes, hechos, sucesos, mensajes y conocimiento de manera directa o a través de medios tecnológicos.
16. **Institución.-** Las instituciones son mecanismos de orden social y cooperación que procuran normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser reducido o coincidir con una sociedad entera).
17. **Interculturalidad.-** Relación armónica entre etnias. Proceso dinámico de encuentro y comunicación entre culturas diversas.
18. **Liderazgo.-** Es la guía y conducción interpersonal de un conglomerado social hacia metas y objetivos definidos.
19. **Líder.-** Es una persona carismática, con ciertas características para persuadir e incidir en un grupos humanos, capaz de tomar una decisión acertada y de inspirar a otros para alcanzar una meta común.
20. **Misión.-** Se utiliza en la planificación estratégica como herramienta y guía que identifica los objetivos puntuales de un organismo, ya sea público o privado.

21. **Objetivos.-** Son elementos programáticos que identifican la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a los propósitos, ya sea un propósito o meta que se propone a cumplir en un lapso definido.
22. **Papiro.-** Lámina sacada del tallo de una planta y que empleaban los antiguos para escribir en ella.
23. **Públicos.-** Relativo a la masa humana, al conglomerado de personas que se juntan por afinidad, características propias, circunstancias determinadas y hechos particulares.
24. **Proceso.-** Conjunto de etapas que van de manera sistemática y ordenada hacia un objetivo determinado.
25. **Redes de comunicación.-** Mecanismo operacional que permite la fluidez informativa; desde la dinamización de dichos flujos el mensaje se desplaza de forma óptima.
26. **Relaciones Públicas.-** Es la disciplina encargada de gestionar la comunicación entre una organización y varios públicos, clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva.
27. **Trabajador.-** Persona que se dedica a tareas productivas. Obrero.
28. **Viabilizar.-** Posibilitar. Permitir que algo sea posible.
29. **Visión.-** Es el planteamiento del futuro institucional. Es la aspiración de una organización por alcanzar fines provechosos y productivos.

2.4. SUBPROBLEMAS

1. ¿Existen deficiencias o fortalezas en la comunicación organizacional y las relaciones públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo?
2. ¿Qué ventajas internas y externas tiene la institución con un adecuado manejo de la comunicación organizacional?
3. ¿Cuál es el resultado del accionar de la Jefatura de Comunicación y Diálogo Intercultural?
4. ¿De qué manera la creación de la Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social permitiría mejorar la imagen institucional?

2.5 MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Comunicación social es un proceso de emisión y recepción de mensajes, ideas, imágenes, símbolos, pensamientos, datos, interrelación entre seres humanos, que se manifiesta directamente entre dos o más personas.</p>	<p>Comunicación Social</p> <p>Relaciones institucionales</p>	<p>Organizacional</p> <p>Relaciones públicas</p> <p>Institución</p>	<p>1. Imagen institucional</p> <p>1. Comunicación con públicos internos</p> <p>2. Comunicación con públicos externos: radio: prensa, tv, otros.</p> <p>1. Comunicación interinstitucional</p> <p>2. Relaciones Públicas</p> <p>3. Registro mediático</p> <p>4. Publicidad y marketing</p> <p>5. Posicionamiento institucional</p> <p>6. Beneficio institucional</p>
<p>El Gobierno Municipal de Otavalo es una institución pública, autónoma y descentralizada de servicio social, con fines altruistas que propende al bien común de la población en general.</p>	<p>Gobierno Municipal de Otavalo</p>	<p>Organización</p>	<p>7. Divulgar: ordenanzas, reglamentos, resoluciones.</p> <p>1. Servicios</p> <p>2. Atención</p>

			3. Obras que realiza 4. Departamentos 5. Otros componentes
--	--	--	--

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Nuestra investigación será un proyecto factible porque sirve para dar solución al problema comunicacional, relaciones públicas e imagen institucional del Gobierno Municipal de Otavalo, y, con ello, viabilizar una idónea información en los públicos internos y externos. Está sustentada en la investigación de tipo bibliográfica.

3.1.1. DOCUMENTAL Y BIBLIOGRÁFICA

Por estar fundamentada en libros, folletos, revistas, periódicos, documentos oficiales, Internet, entre otros. Además porque contamos con el material bibliográfico proporcionado por la Municipalidad de Otavalo.

3.1.2. DE CAMPO

Porque utilizaremos instrumentos que serán aplicados a autoridades, funcionarios, empleados; igualmente a la ciudadanía por medio de encuestas y entrevistas.

3.1.3. DESCRIPTIVA Y PROPOSITIVA

Ya que, se analizarán y detallarán datos, a partir de acontecimientos y situaciones que son el objeto de este proyecto, y, se plantearán soluciones a lo planteado.

Este trabajo se desarrollará en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, estudiando y diagnosticando los requerimientos reales que tiene la entidad pública y tendrá una orientación de tipo cualitativo, porque no se limitará al diagnóstico de cifras que resultan de la aplicación de los instrumentos de estudio, sino, que, plantea conocer y evaluar los resultados para diagnosticar el fenómeno o problema y encontrar potenciales soluciones.

3.2 MÉTODOS

3.2.1. CIENTÍFICO

Es utilizado en todas las etapas de la indagación y es general porque posibilita la relación teórica-práctica en procura de encontrar solución a la problemática descrita.

3.2.2. ANALÍTICO

Porque partimos del planteamiento y delimitación del problema, que permitirá el estudio del todo a las partes que lo conforman. Porque el material informativo de primera mano derivada de la encuesta se considera según los objetivos planteados, y puede proponerse comparaciones con procesos fenomenológicos similares con el objeto de encontrar semejanzas y contrastes.

3.2.3. INDUCTIVO

En vista de que posibilitará ir de los hechos particulares a los generales. Tal hecho significa transitar de los resultados alcanzados de observaciones y experiencias al planteamiento de teorías y sustentación conceptual que incluyen a más de los resultados, la generalización del sustento teórico.

3.2.4. DEDUCTIVO

Porque de ciertas verdades establecidas podremos arribar a otras, sin que haya contradicciones lógicas.

3.2.5. SINTÉTICO

Es aplicable en la depuración, sistematización y tabulación de datos recogidos en la investigación para establecer de manera cierta el panorama de la comunicación organizacional en la entidad.

3.2.6. ESTADÍSTICO

La información que alcanzaremos en el trabajo de campo nos servirá para:

- a. Tabular información
- b. Determinar las distribuciones de frecuencia
- c. Representar y simbolizar la información en gráficos estadísticos
- d. Examinar y analizar la información.

Tabulación de encuestas, a través de la Estadística, con la representación de cuadros de frecuencia y gráficos de representación visual en barras paralelas.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. LA ENCUESTA

Considerando como instrumento el cuestionario dirigido a autoridades, empleados, funcionarios, trabajadores, ciudadanía, con la finalidad de conocer las repercusiones que tiene la transmisión de mensajes y la transferencia de información en y desde la institución.

3.4 POBLACIÓN

La población o público-objetivo de esta tarea investigativa está circunscrito por autoridades, funcionarios, empleados y trabajadores del Gobierno Municipal de Otavalo, así también, por la ciudadanía asentada en el cantón San Luis de Otavalo.

RECURSO HUMANO GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO

DESCRIPCIÓN	NÚMERO
Autoridades	10
Empleados	221
Trabajadores	234
TOTAL	465

Fuente: Departamento de Recursos Humanos Gobierno Municipal de Otavalo
Realizado por: Los autores

La Población o Universo en la cual se va a ejecutar la técnica de investigación es la población del Cantón San Luis de Otavalo que cuenta con 90.188 habitantes entre hombres y mujeres. Estos datos fueron tomados según las estadísticas que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el Ecuador (año 2001).

POBLACIÓN CANTÓN OTAVALO

DESCRIPCIÓN	NÚMERO
Hombres	43.368
Mujeres	46.820
TOTAL	90.188

Fuente: INEN
Realizado por: Los autores

3.5 MUESTRA

Para el desarrollo de la investigación calcularemos la muestra de las autoridades, empleados y trabajadores del Gobierno Municipal de Otavalo (margen de error 5%).

3.5.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA

FORMULA DE CÁLCULO:

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

EN DONDE:

- n = Tamaño de la muestra
P.Q = Varianza media población (0.25)
N = Población o Universo
(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes mayores a treinta
E = Margen de error admisible en la muestra (0.05)
K = Coeficiencia de corrección del error (2)

3.5.1.1. CÁLCULO DE MUESTRA POBLACIÓN N.1: RECURSO HUMANO GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO

$$n = \frac{PQ.N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 \times 465}{(465 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{116.25}{\frac{(464) \cdot 0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{116.25}{(464) \cdot 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{116.25}{0.54}$$

n = 215 Funcionarios

CÁLCULO DE LA CONSTANTE MUESTRAL

$$m = \frac{n}{N}$$

$$m = \frac{215}{465}$$

$$m = 0,4623$$

AUTORIDADES	10	x	0.4623	=	4,6
EMPLEADOS	221	x	0.4623	=	102,1
TRABAJADORES	234	x	0.4623	=	108,1

CUADRO DE MUESTRA Nº 1
RECURSO HUMANO
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO

PERSONAL	POBLACIÓN	MUESTRA
AUTORIDADES	10	5
EMPLEADOS	221	102
TRABAJADORES	234	108
TOTAL	465	215

Fuente: Departamento de Recursos Humanos Gobierno Municipal de Otavalo
Realizado por: Los autores

3.5.1.2. CÁLCULO DE MUESTRA POBLACIÓN N.2: POBLACIÓN CANTÓN SAN LUIS DE OTAVALO (Cálculo al 0,08 = 8%) – CÁLCULO DE MUESTRA

$$n = \frac{PQ \cdot N}{E^2 + PQ \cdot (N - 1) \cdot K^2}$$

$$n = \frac{0.25 \times 90.188}{0.08^2 + \frac{(90.188 - 1)^2}{2^2}}$$

$$n = \frac{22.547}{90.187 (0.0016) + 0.25}$$

$$n = \frac{144.57}{144.57}$$

n = 156 Habitantes

CÁLCULO DE LA CONSTANTE MUESTRAL

$$m = \frac{n}{N}$$

$$m = \frac{156}{90.188}$$

$$m = 0,001729$$

HOMBRES	43.368	x	0.001729	=	75
MUJERES	46.820	x	0.001729	=	81
TOTAL	90.188	x	0.001729	=	156

CUADRO DE MUESTRA Nº 2
POBLACIÓN CANTÓN
SAN LUIS DE OTAVALO

HABITANTES	POBLACIÓN	MUESTRA
HOMBRES	43.368	75
MUJERES	46.820	81
TOTAL	90.188	156

Fuente: INEN
Realizado por: Los autores

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el desarrollo de este tema investigativo, se hizo necesario la utilización de la técnica de la encuesta, mediante la formulación de un cuestionario se aplicó dicho instrumento a los ciudadanos del cantón Otavalo, así como también al Recurso Humano que forma parte del Gobierno Municipal de dicho cantón.

En lo referente a la población, se obtuvo la información de manera sencilla y rápida, ya que hubo colaboración absoluta por parte de los ciudadanos/as encuestados/as. Las encuestas realizadas al Recurso Humano del Gobierno Municipal de Otavalo fueron desarrolladas con plena satisfacción y sin ninguna clase de percance, ya que las autoridades, empleados y trabajadores contribuyeron de una manera desinteresada e incondicionalmente al responder los cuestionamientos planteados.

Al concluir con la aplicación de la técnica de la encuesta, se procedió de inmediato a elaborar la recolección y tabulación de datos que se obtuvo en los formularios. Dichos cuestionarios recaudaron importante información referente al tema en estudio y su situación actual, los resultados alcanzados serán la base fundamental para determinar el grado de necesidad de llevar a cabo la propuesta planteada. A continuación se detalla la evaluación, análisis e interpretación de cada una de las preguntas.

4.1. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DIRIGIDO A: CIUDADANÍA DEL CANTÓN SAN LUIS DE OTAVALO

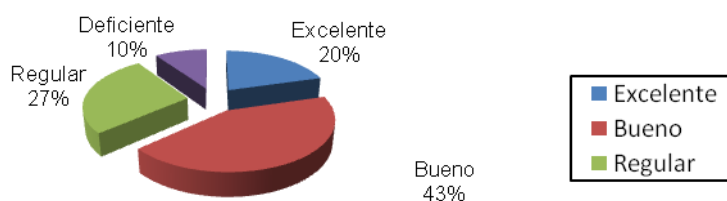
4.1.1. ¿Cómo califica usted la imagen institucional del Gobierno Municipal de Otavalo?

Tabla N. 1

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Excelente	32	20 %
Bueno	67	43 %
Regular	42	27 %
Deficiente	15	10 %
TOTAL	156	100,00 %

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.1.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Una vez aplicada la técnica de la encuesta a los ciudadanos/as del cantón Otavalo, se logra determinar que el 43 % de los encuestados/as consideran que la imagen institucional del Gobierno Municipal de Otavalo es Buena, mientras que el 27% de ellos creen que es Regular, en tanto que un 10% lo determinan Deficiente y apenas un 20% concuerdan que es Excelente.

Con estos resultados se puede deducir que la imagen institucional del Gobierno Municipal de Otavalo es excelente en un porcentaje sumamente bajo.

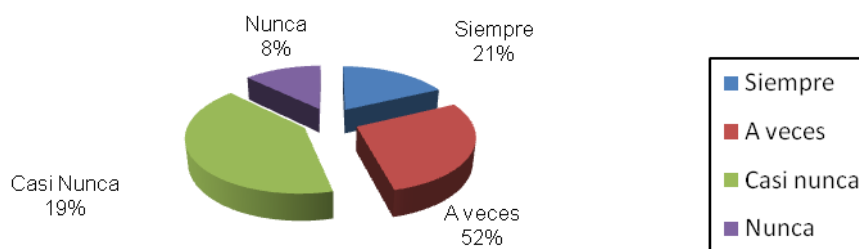
4.1.2. ¿Según su criterio la Municipalidad de Otavalo ofrece una oportuna información dirigida a los medios de comunicación locales, provinciales y nacionales?

Tabla N. 2

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Siempre	33	21 %
A veces	81	52 %
Casi nunca	29	19 %
Nunca	13	8 %
TOTAL	156	100 %

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las personas encuestadas en un 52% consideran que A veces la Municipalidad de Otavalo ofrece una oportuna información dirigida a los medios de comunicación local, provincial y nacional, el 21% en cambio concuerdan que Siempre lo hacen, en tanto que en un 19% creen que Casi nunca lo hacen y en un porcentaje del 8% coinciden en que Nunca dicha institución entrega ninguna clase de información.

Interpretando el análisis, se puede concluir que un porcentaje mayoritario de la población Otavaleña, determinan que casi siempre esta institución pública entrega información a tiempo.

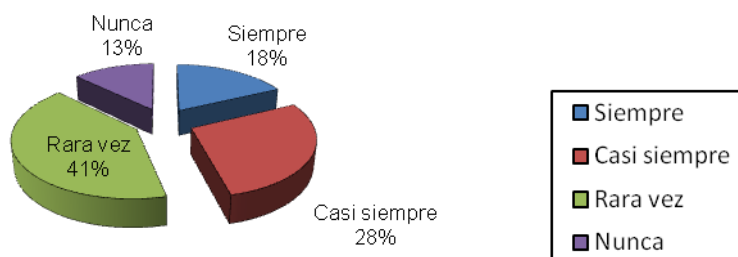
4.1.3. ¿Cree usted que las Relaciones Públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo facilita una adecuada comunicación entre esta institución y la ciudadanía?

Tabla N. 3

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Siempre	28	18 %
Casi siempre	44	28 %
Rara vez	64	41 %
Nunca	20	13 %
TOTAL	156	100,00 %

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 41% de los ciudadanos encuestados, piensan que Rara vez las Relaciones Públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo facilita una adecuada comunicación entre esta institución y la ciudadanía. El 28% de los mismos al contrario creen que Casi siempre este aspecto es indispensable, tan solo el 18% coinciden en que Siempre será necesario este factor en las instituciones, y la diferencia del 13% han considerado que Nunca se ha dado importancia a ello.

Un porcentaje mayoritario consideran que Rara vez existe buena comunicación entre la población otavaleña y el Municipio de este cantón.

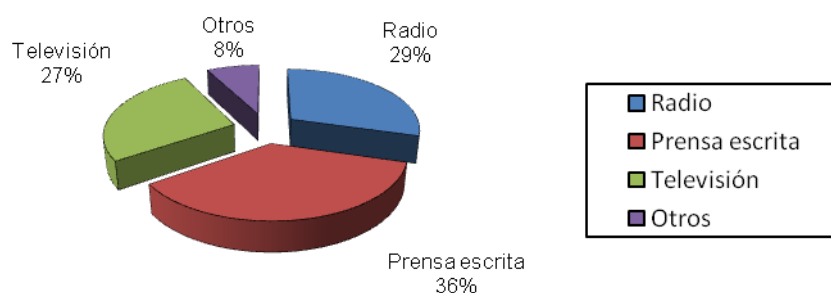
4.1.4. ¿Cuál es el medio de comunicación a través del cual usted se informa de la tarea municipal?

Tabla N. 4

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Radio	46	29 %
Prensa escrita	56	36 %
Televisión	42	27 %
Otros	12	8 %
TOTAL	156	100 %

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según el 36% de los ciudadanos del cantón Otavalo a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta el medio de comunicación a través del cual se informa de la tarea municipal es la Prensa escrita. Un 29% en cambio lo hacen a través de la radio, mientras que un porcentaje del 27% para estar comunicados sobre las labores de esta institución utiliza la televisión, y el 8% restante se notifican en otros medios.

De acuerdo a los resultados arrojados, se puede considerar que los habitantes de Otavalo en su mayoría se conocen de las actividades que realiza su Municipalidad mediante cualquier medio de comunicación.

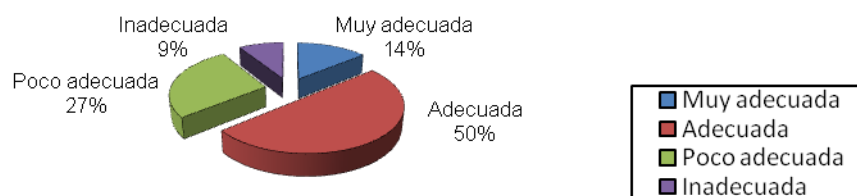
4.1.5. ¿Según su criterio, cree que el Gobierno Municipal de Otavalo se encuentra posicionado como una institución líder del citado cantón?

Tabla N. 5

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Muy adecuada	22	14 %
Adecuada	78	50%
Poco adecuada	42	27%
Inadecuada	14	9%
TOTAL	156	100%

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.5.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Luego de la tabulación efectuada a las encuestas realizadas se determina que el 50% de los habitantes del cantón Otavalo, cree que el Adecuadamente el Gobierno Municipal de Otavalo se encuentra posicionado como una institución líder del citado cantón. Mientras que el 27% consideran que es Poco adecuada, y en porcentaje minoritario del 14% en cambio creen que esta institución es Muy adecuada Inadecuada y la diferencia del 9% en están de acuerdo en que la Municipalidad del dicho cantón es Inadecuada.

En conclusión la mitad de los ciudadanos de Otavalo piensan que el Municipio es considerado organismo público líder dentro de él.

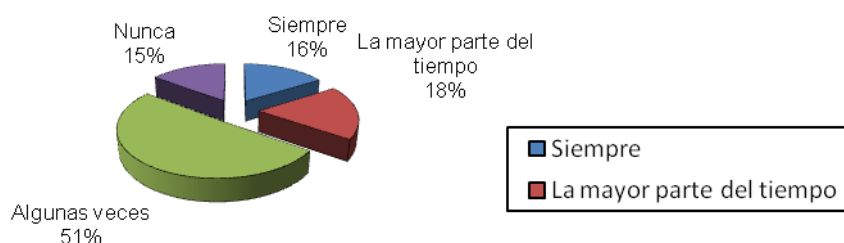
4.1.6. ¿Tiene usted conocimiento de las actividades, proyectos y obras emprendidas por el Gobierno Municipal de Otavalo?

Tabla N. 6

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Siempre	25	16 %
La mayor parte del tiempo	29	18%
Algunas veces	79	51%
Nunca	23	15%
TOTAL	156	100%

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.6.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto al conocimiento de las actividades, proyectos y obras emprendidas por el Gobierno Municipal de Otavalo, los ciudadanos encuestados en un 51% consideran que Algunas veces ellos son informados, mientras que el 18% opinan que la mayor parte del tiempo ellos están comunicados sobre dichas actividades, y en porcentaje del 16% están de acuerdo que Siempre tienen noción a cerca de estos temas, y tan solo el 15% determinan que Nunca son notificados sobre aspecto alguno.

En definitiva una vez concluido el análisis, se determina que debería existir más información acerca de las actividades que va a llevar a cabo el Municipio.

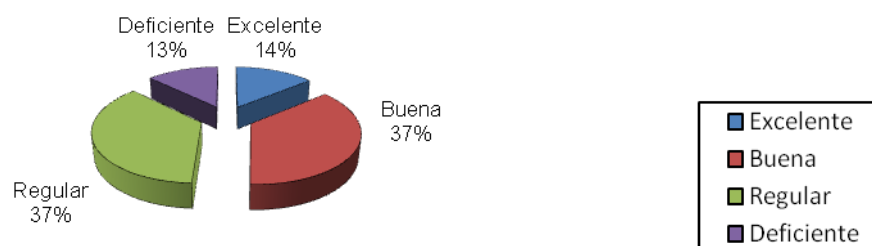
4.1.7. ¿Cómo describe usted a la información que divulga el Municipio de Otavalo?

Tabla N. 7

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Excelente	22	14 %
Buena	57	37 %
Regular	57	37 %
Deficiente	20	13 %
TOTAL	156	100 %

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.7.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En lo relacionado con la información que divulga el Municipio de Otavalo en iguales porcentajes del 37% una parte de los encuestados lo consideran Buena, pero en igual magnitud la catalogan como Regular. En tanto que el 14% coinciden en que los datos proporcionados por esta institución son Excelente, además tan solo el 13% de los ciudadanos están de acuerdo que la comunicación otorgada por parte de su Municipalidad es Deficiente.

Dichos resultados llevan a determinar que dicha institución de servicio público debe mejorar la calidad de información que brinda a su cantón.

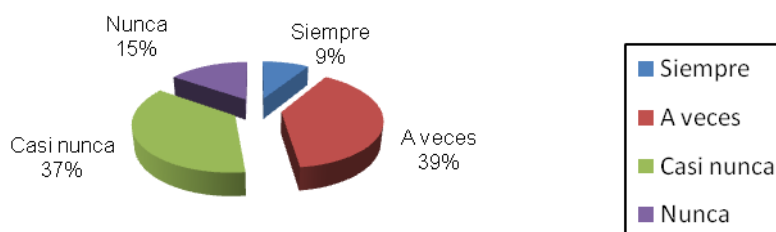
4.1.8. ¿Conoce usted las ordenanzas, reglamentos y resoluciones que aprueba o rechaza el Consejo Municipal de Otavalo?

Tabla N. 8

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Siempre	14	9 %
A veces	61	39 %
Casi nunca	57	37 %
Nunca	24	15 %
TOTAL	156	100 %

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.8.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con los resultados que arroja la técnica de la encuesta aplicada a los ciudadanos del cantón Otavalo, se determina que el 39% de ellos están de acuerdo en que A veces tienen conocimiento sobre las ordenanzas, reglamentos y resoluciones que aprueba o rechaza el Consejo Municipal. En tanto que el 37%, creen que Casi Nunca tiene información relacionada con estos aspectos. Un porcentaje del 15% en cambio considera que Nunca han sido notificados sobre dichas labores y el 9% restante concuerdan en que Siempre conocen sobre estos temas.

Se puede concluir que existe un amplio grado de desconocimiento en relación a las actividades que realiza el Municipio de Otavalo.

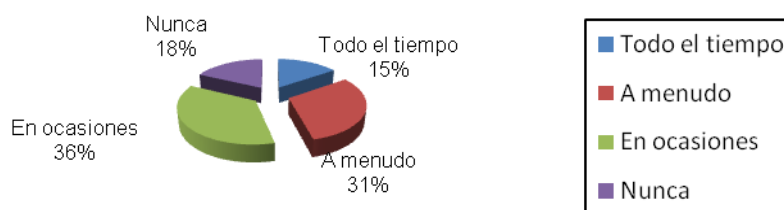
4.1.9. ¿La atención y el servicio al público en los departamentos, jefaturas y dependencias municipales es ágil, eficiente y oportuna?

Tabla N. 9

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Todo el tiempo	24	15 %
A menudo	48	31 %
En ocasiones	56	36 %
Nunca	28	18 %
TOTAL	156	100%

Fuente: Población Cantón

Elaborado por: Los Autores



4.1.9.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de habitantes encuestados en el cantón Otavalo, el 36% determinan que la atención y el servicio al público en los departamentos, jefaturas y dependencias municipales En ocasiones son ágiles, eficientes y oportunos. En cambio el 31% de ellos coinciden en que A menudo esta institución pública los atienden considerando estos aspectos, es así que el 18% están de acuerdo en que Nunca se cumple dichos estándares y el 15% restante determinan que Todo el Tiempo las áreas municipales desempeñan sus actividades en base a estos patrones.

Según los resultados se puede concluir que esta institución pública no brinda un servicio de atención de calidad a los ciudadanos del cantón

4.2. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DIRIGIDO A: AUTORIDADES, EMPLEADOS/AS, FUNCIONARIOS/AS Y TRABAJADORES/AS DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.

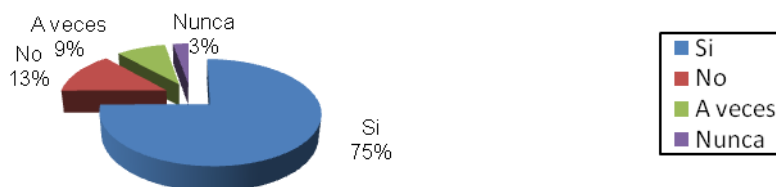
4.2.1. ¿Considera valiosa la comunicación interinstitucional en la Municipalidad de Otavalo?

Tabla N. 10

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Si	161	75 %
No	29	13 %
A veces	19	9 %
Nunca	6	3 %
TOTAL	215	100 %

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo

Elaborado por: Los Autores



4.2.1.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De las encuesta aplicadas a los Autoridades, Empleados / As, Funcionarios /As Y Trabajadores /As Del Gobierno Municipal De Otavalo el 75% considera que Si es valiosa la comunicación interinstitucional, mientras que el 13% de ellos creen que No es de mucha importancia. El 9% en cambio coinciden en que A veces este aspecto es indispensable, y tan solo el 3% concuerdan que Nunca esta actividad es necesaria.

En su mayoría, los miembros de esta institución públicas concuerdan que se debe valorar la comunicación interna.

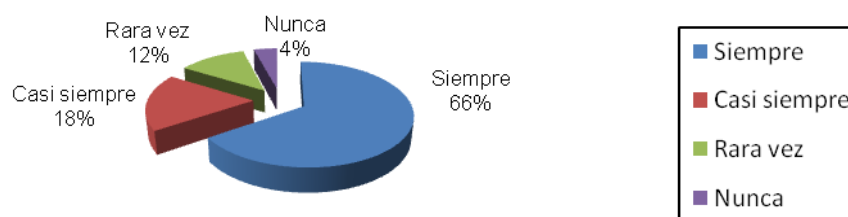
4.2.2. ¿Cree usted que con la implementación de un idóneo sistema de comunicación en la entidad municipal habría una mejor imagen institucional?

Tabla N. 11

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Siempre	141	68 %
Casi siempre	39	18 %
Rara vez	26	12 %
Nunca	9	4 %
TOTAL	215	100 %

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo

Elaborado por: Los Autores



4.2.2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del Recurso humano encuestado en el Municipio de Otavalo, el 66% concuerdan que la implementación de un idóneo sistema de comunicación en la entidad municipal Siempre mejoraría la imagen institucional. El 18% en cambio determinan que Casi siempre un buen método de información representa prestigio, mientras que el 12% de ellos al contrario opinan que rara vez este aspecto es necesario y el 4% restante coinciden en que Nunca se ha considerado importante esta alternativa.

La gran mayoría del personal de dicha institución pública determina que la imagen institucional depende mucho de una excelente comunicación.

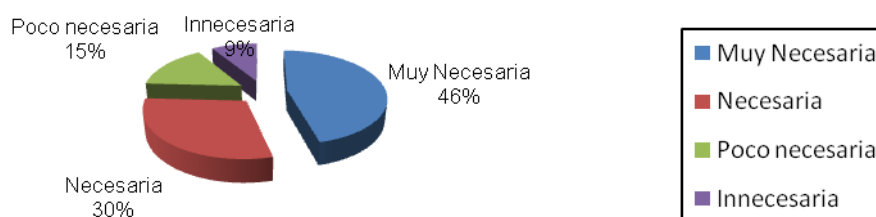
4.2.3. ¿Considera necesaria la creación de una dirección de comunicación social que se encargue de fortalecer la identidad y promoción institucional?

Tabla N. 12

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Muy Necesaria	99	46 %
Necesaria	64	30%
Poco necesaria	33	15%
Innecesaria	19	9 %
TOTAL	215	100 %

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo

Elaborado por: Los Autores



4.2.3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Luego de elaborar la tabulación, se determina que el 46% del personal encuestado del Municipio de Otavalo, creen que es Muy necesaria la creación de una dirección de comunicación social que se encargue de fortalecer la identidad y promoción institucional, el 30% en cambio concuerdan en que realmente es Necesaria esta implementación, en tanto que el 15% opinan que siente como Poco necesaria dicha alternativa, y la diferencia del 9% la considera Innecesaria.

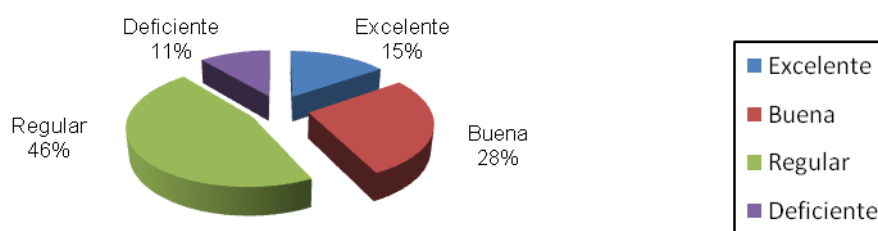
El Recurso humano de esta institución municipal están convencidos que dicha dirección será una base para fortalecer el prestigio del Municipio.

4.2.4. ¿Cuál es su opinión sobre el manejo de la comunicación interna en la Municipalidad otavaleña?

Tabla N. 13

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Excelente	33	15 %
Buena	59	28 %
Regular	99	46 %
Deficiente	24	11 %
TOTAL	215	100%

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo
Elaborado por: Los Autores



4.2.4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Una vez obtenidos los resultados se logra determinar que el 46% del personal encuestado en el Municipio de Otavalo, considera que el manejo de la comunicación interna en la Municipalidad otavaleña es Regular, mientras que el 28% al contrario concuerdan que dicha actividad organizacional es Buena, pero con un porcentaje menor del 15% lo consideran Excelente, y la diferencia restante del 11% creen que esta es Deficiente dentro de la institución.

De los resultados obtenidos se puede concluir que la comunicación entre el recurso humano de esta institución es deficiente.

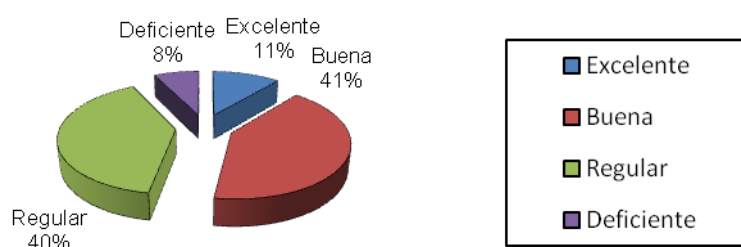
4.2.5. ¿Cuál es su criterio de las relaciones públicas en la entidad municipal?

Tabla N. 14

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Excelente	24	11 %
Buena	89	41 %
Regular	86	40 %
Deficiente	16	8 %
TOTAL	215	100%

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo

Elaborado por: Los Autores



4.2.5.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto a las relaciones públicas en la entidad municipal, el 41% de su recurso humano la consideran Buena, el otro 40% en cambio opinan que en este aspecto la institución es Regular, el 11% al contrario determina que esta es Excelente y tan solo el 8% coinciden en que es Deficiente.

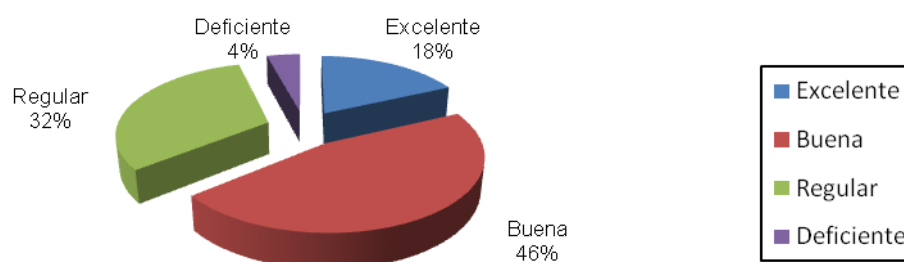
Mediante los resultados obtenidos se puede deducir que las relaciones públicas dentro de la Municipalidad están deficientes ya que se encuentran entre buenas y regulares.

4.2.6. ¿Cómo califica la imagen de la Municipalidad de Otavalo?

Tabla N. 15

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Excelente	39	18 %
Buena	99	46 %
Regular	68	32 %
Deficiente	9	4 %
TOTAL	215	100 %

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo
Elaborado por: Los Autores



4.2.6.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De las encuestas realizadas al Recurso Humano del Municipio de Otavalo, el 46% creen que la imagen de la Municipalidad de Otavalo es Buena, mientras que con un gran porcentaje del 32% la consideran Regular, el 18% en cambio piensan que el perfil institucional de este gobierno seccional es Excelente y tan solo el 4% restante la determinan como Deficiente.

De estos resultados podemos deducir que la imagen de esta institución pública no se encuentra en un buen nivel.

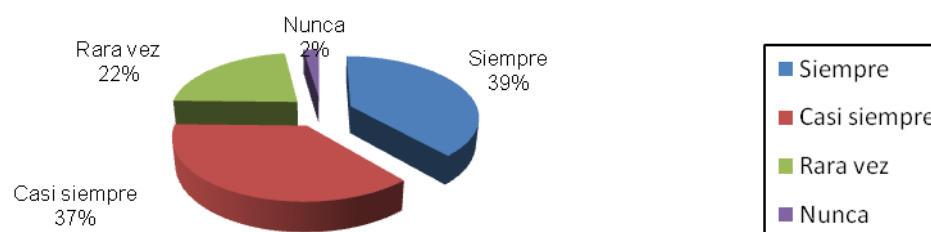
4.2.7. ¿Considera pertinente que la institución invierta recursos económicos en la aplicación de propaganda y publicidad en los medios de comunicación locales y provinciales?

Tabla N. 16

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Siempre	83	39 %
Casi siempre	79	37 %
Rara vez	48	22 %
Nunca	5	2 %
TOTAL	215	100,00 %

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo

Elaborado por: Los Autores



4.2.7.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del Personal encuestado del Municipio de Otavalo, el 39% considera pertinente que la institución invierta recursos económicos en la aplicación de propaganda y publicidad en los medios de comunicación locales y provinciales, en tanto que el 37% están de acuerdo en que Casi siempre se disponga de un monto para estos desembolsos, mientras que el 22% coinciden en que Rara vez se debería disponer de estos rubros y la diferencia del 2% opinan Nunca se debe gastar absurdamente.

Es decir, que el personal del Municipio de Otavalo, está de acuerdo en que en la institución debe invertir en publicidad y propaganda.

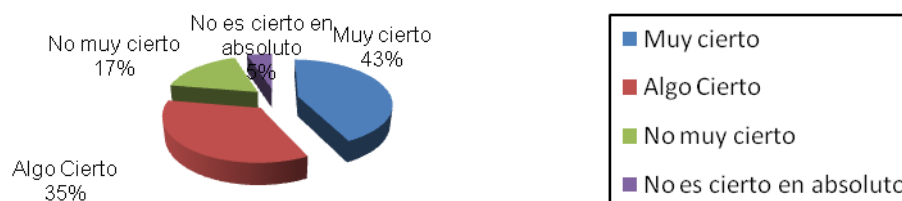
4.2.8. ¿Cree usted que con la contratación de propaganda y publicidad en los medios de comunicación se fortalecería la imagen municipal?

Tabla N. 17

Alternativa	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia Relativa hi %
Muy Cierto	92	43 %
Algo cierto	75	35 %
No muy cierto	37	17 %
No es cierto en absoluto	11	5 %
TOTAL	215	100%

Fuente: Recurso Humano Gobierno Municipal de Otavalo

Elaborado por: Los Autores



4.2.8.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Una vez efectuada la técnica de la encuesta al Recurso Humano del Municipio de Otavalo, se determina que el 43% de ellos, cree que con la contratación de propaganda y publicidad en los medios de comunicación se fortalecería la imagen municipal, en tanto que el 35% al contrario determinan que este es Algo cierto pero no necesario, el 17% en cambio consideran que esto es No muy cierto y la diferencia de tan solo el 5% coinciden en que esta alternativa No es cierto en absoluto.

Según los resultados obtenidos la imagen y prestigio de esta institución pública se fortalecería con una buena publicidad y propaganda.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Tras la disección analítica que podemos desprender de la tabulación, la ciudadanía tiene en su imaginario niveles poco favorables acerca de la imagen municipal.

Asimismo, la información oficial que emana de la entidad no siempre es digerible, ni oportuna por parte de la población. Sobre el posicionamiento municipal la mitad del porcentaje deseado cree en el liderazgo visible del Gobierno Local.

En donde se percibe marcada debilidad es en cierto desconocimiento poblacional (51%) sobre la ejecución de planes, proyectos y obras municipales, situación que denota la urgente redefinición en la difusión de la tarea corporativa. Por otra parte, las encuestas sugieren mejorar la calidad informativa destinada a los públicos externos, esto es, usando estrategias y productos creativos e innovadores que amplíen el porcentaje de población satisfecha ante esta demanda social.

El desconocimiento en la gente, respecto de la discusión y aprobación de ordenanzas, reglamentos y resoluciones ratifica nuestra

sugerencia de repotenciar el flujo comunicacional. La impresión que dejan los resultados es que el común de las ciudadanas y ciudadanos no están debidamente informadas de la labor desplegada al interior de la Cámara Edilicia.

En cuanto a la atención municipal, el usuario opina que hay niveles de deficiencia en las funciones asumidas por el recurso humano.

Es conveniente señalar que el público interno está consciente que fortaleciendo los vasos comunicantes se obtendría una mejor imagen institucional. Puertas adentro habría una deseable relación laboral en función del bien colectivo.

Esto implica una adecuada y óptima inversión de recursos económicos en la aplicación de propaganda institucional que incida en posicionar, destacar y reconocer la trayectoria y accionar del GMO.

5.2 RECOMENDACIONES

A las autoridades (Alcaldía y Concejo Municipal):

Con lo anteriormente mencionado, consideramos pertinente la creación de la Dirección de Comunicación Social y Diálogo Intercultural, la misma que tendría un rango jerárquico superior, a la existente Jefatura de Comunicación y Diálogo Intercultural, con la cual se consolidaría un

sistema integral de comunicación organizacional; dando así la importancia que requiere y merece esta área profesional.

Al área administrativa del GMO:

No debemos omitir que esta determinación administrativa beneficiaría directamente a la ciudadanía otavaleña y al positivo desempeño institucional.

A la Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del GMO:

Es menester la aplicación de políticas, estrategias y planes interdependientes y transversales de comunicación organizacional. Esto, en el marco del apropiado uso de los medios de comunicación convencionales (radio, televisión y prensa), alternativos y, de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, acorde con el ritmo de la sociedad cambiante.

Al recurso humano del GMO:

En el público interno sería esencial producir mecanismos e instrumentos que periódicamente coadyuven a estimular las relaciones interprofesionales, laborales y humanas teniendo como objetivo principal el correcto y eficiente desempeño institucional.

En términos generales, recomendamos al GMO se considere esta propuesta investigativa para la mejor marcha institucional y positiva reacción ciudadana.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO. PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN.

6.2. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la presente propuesta dentro del GMO se justifica, en virtud de que el nivel de conocimiento del quehacer municipal es relativamente limitado. Esto, como efecto de un regular manejo informativo que en determinado momento pudo resultar llamativo, pero que caducó en la progresiva dinámica comunicacional, motivo por el cual conviene la renovación de la imagen institucional e innovación en la aplicación de las relaciones públicas.

Como consecuencia se prevé la elaboración de los siguientes productos comunicacionales:

- Edición e impresión del Periódico Institucional

- Fortalecimiento del noticiario institucional "Otavalo Informa"
- Permanente actualización de la página web del GMO
- Adecuación de vallas y mini vallas con su respectiva campaña promocional
- Manejo de la agenda municipal
- Emisión de boletines informativos
- Notas editadas para los medios televisivos
- Entrevistas contactadas en radio y televisión
- Recopilación y sistematización de base de datos
- Archivo fotográfico y de prensa escrita
- carteleras municipales

6.3. FUNDAMENTACIÓN

Esta propuesta comunicacional ha sido concebida con el propósito de establecer el radio de acción que va a configurar la estrategia integral comunicativa del acontecer del Municipio de Otavalo, en especial, en lo concerniente a los sucesos de relevancia de la gestión oficial.

Las estrategias comunicacionales son el eje sobre el cual se practicará una comunicación profesional a corto, mediano y largo plazos, con el afán de afianzar procesos que deriven en la socialización del accionar institucional, satisfaciendo de esta manera la demanda y derecho ciudadano a la adecuada y oportuna información.

Esto implica incorporar novedosos formatos informativos, en el plano convencional, tecnológico y alternativo. Es necesario insistir en la realidad socio-cultural que demanda mensajes que contengan la armonización interétnica en los diferentes productos (noticiarios, página web, periódico, etc.) con lo cual se cumple con otra demanda comunitaria: propender a través del universo comunicacional a estrechar lazos compartidos entre los diferentes grupos sociales que asimilan la tarea institucional.

De esta manera, se intenta fortalecer la imagen institucional con la divulgación de la labor municipal desplegada por sus diversas instancias (autoridades, direcciones, jefaturas, etc.).

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. OBJETIVO GENERAL

Comunicar y difundir la gestión municipal, con la finalidad de fortalecer la imagen Institucional del Gobierno Municipal de Otavalo.

6.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Proyectar la imagen institucional como entidad responsable, transparente y trabajadora.
2. Reiterar el mensaje ligado al trabajo corporativo.

3. Redundar en el acontecer dinámico y proyección prospectiva del GMO.
4. Informar de la gestión municipal a través de pastillas informativas para televisión.
5. Reestructurar la página web oficial del GMO.
6. Producir un periódico institucional mensual.
7. Difundir la información por medio de un proceso de educomunicación en radio, específicamente, destinado al pueblo kichwa hablante.

6.4.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Difusión de mensajes debidamente procesados e información persuasiva y oportuna de la gestión municipal, por los medios de comunicación locales y alternativos.
2. Impulsar una campaña de comunicación que instruya a los públicos objetivos en temas específicos, por expresa iniciativa de la Dirección.
3. Involucrar a la comunicación institucional con herramientas propagandísticas y publicitarias como el marketing en cada proyecto desarrollado, incorporando la concepción de los *stakeholders* (grupos de interés).

6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

La Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del GMO estará ubicada en el edificio central de la Municipalidad Otavaleña situada en la calle García Moreno 505 frente al Parque Central.

Sus oficinas se adecuarán en un espacio cercano al despacho de la Alcaldía. El espacio señalado para las labores profesionales será de 80 metros cuadrados.

En su interior tendrá todas las facilidades operativas; estará compuesto por divisiones de estructura metálica modernas, en donde el personal laborará con todos los necesarios implementos (computadoras, equipos de audio, video, etc.) mobiliario y suministros.

6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.6.1. BASE LEGAL

Según el Reglamento Orgánico Funcional Institucional, el Concejo Municipal de Otavalo en sesión ordinaria del 20 de octubre del año 2000, conoce el proyecto Orgánico Funcional Institucional y aprueba tan solamente la estructura orgánica institucional a regir en la Municipalidad a partir de la fecha de su aprobación.

Con tal antecedente, acogemos la base legal existente, con la finalidad de implementar la mencionada dirección departamental:

ART.70.- La Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social, tendrá las funciones de:

1. Disponer de información institucional a los distintos medios de comunicación.
2. Disponer de información sobre la gestión municipal a la ciudadanía en general o a cualquier instancia, organización social, o institución pública que lo requiera.
3. Elaborar productos comunicacionales cuyo contenido refleje el trabajo de la gestión municipal cumpliendo con la ley de transparencia.
4. Planificar las estrategias de comunicación que permita mantener la imagen institucional.
5. Cubrir periódicamente todas las acciones municipales.
6. Coordinar la elaboración de todo material gráfico institucional que requieran los estamentos municipales.

6.6.2. ÁMBITO DE APLICACIÓN Y ACTIVIDADES DE LA DIRECCIÓN DE DIÁLOGO INTERCULTURAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO

6.6.2.1. ÁMBITO DE APLICACIÓN

La Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del Gobierno Municipal de Otavalo tiene plenamente identificado su área de

acción, la misma que pretende reorientar de manera efectiva las redes comunicacionales tanto del público interno, cuanto del público externo.

El objetivo central es procesar la información al conjunto de la población por las diferentes vías y medios existentes y alcanzar y sostener una óptima imagen institucional.

Así también, desde la Dirección se diseñarán las estrategias e instrumentos metodológicos que conduzcan a satisfacer los requerimientos informativos de la ciudadanía, con lo cual se tendrá debida y oportunamente difundida las actividades que se desprenden de la administración municipal.

La consolidación de una imagen institucional que refleje credibilidad, eficiencia, honestidad, es también la meta a alcanzar desde la construcción de un íntegro sistema comunicacional.

Generar a partir de las relaciones públicas, contactos y nexos interinstitucionales provechosos para la Municipalidad, basados en la cordialidad, la transparencia y ética profesional.

No se debe descuidar el monitoreo respecto del criterio que posee la ciudadanía sobre la prestación de servicios del Municipio, por tanto, es pertinente, evaluar el impacto institucional y aplicar mecanismos de reposición en su buena imagen.

6.6.2.2. ACTIVIDADES

Con el objetivo de efectuar un eficiente enfoque informativo, las acciones a adoptarse en relación a los medios de comunicación serán las siguientes y estarán a cargo de la Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.

- a. Escogimiento de medios de comunicación según los requerimientos informativos de la institución y su realidad sociocultural.
- b. Elaboración de una agenda que sirva de soporte para intervenciones a futuro en los distintos medios de comunicación. Se trabajará directamente con los Directores y Jefes departamentales para que acudan a entrevistas programadas en los medios locales, provinciales y nacionales.
- c. Convocatoria a medios de comunicación a ruedas de prensa, conferencias, capacitaciones y eventos de especial cobertura.
- d. Organización de ruedas de prensa, entrevistas, eventos y reuniones de trabajo en donde las autoridades del G MO tengan contacto con los medios de comunicación, a fin de sostener una óptima relación.
- e. Coordinación ante las peticiones de información o entrevistas que demandan los medios en sus propias agendas sobre temas que exigen la participación de dignatarios y funcionarios del GMO.

- f. Invitación a los periodistas y trabajadores de los medios de comunicación a reuniones de trabajo y a eventos y actos protocolarios convocados por el GMO.
- g. Sistematización del archivo de prensa escrita con notas inherentes -de forma directa o indirecta- al desempeño institucional.

6.6.3. RELACIONES ENTRE LA DIRECCIÓN DE DIÁLOGO INTERCULTURAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL Y LAS DIRECCIONES DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO

La Dirección de Diálogo intercultural y Comunicación Social del GMO tendrá a su cargo la delicada labor de estructurar vasos comunicantes con las restantes direcciones departamentales, jefaturas, instancias y dependencias municipales, en subsistemas integrados de comunicación.

Ese procedimiento vinculante será vital para el desarrollo de la función establecida.

- CON ALCALDÍA Y CONCEJO MUNICIPAL

Esa relación será estrecha y cercana, ya que el alcalde/sa y concejales/as, -quienes conforman el Concejo Municipal- son las autoridades del Cantón (niveles ejecutivo y legislativo), situación que motiva para que la Dirección de Comunicación se preocupe de las acciones y decisiones de dichos personeros para el inmediato tratamiento

informativo en la consecución de obras de infraestructura física, servicios básicos y la discusión y aprobación de políticas públicas.

- **CON SECRETARÍA GENERAL**

Para conocer la agenda de la Alcaldía y las actividades municipales con el afán de coordinar la cobertura y despliegue informativo.

- **CON ASESORÍA JURÍDICA**

Con esta instancia se obtendrá el asesoramiento jurídico, como base para socializar las ordenanzas, reglamentos y resoluciones que aprueba el pleno de la Cámara Edilicia.

- **CON DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA**

Es fundamental la interacción con esta dirección en lo referente a la comunicación interna.

- **CON DIRECCIÓN FINANCIERA**

Se tramita el desembolso de los recursos económicos establecidos en el Presupuesto Municipal Anual; esto conlleva a efectuar un trabajo compartido en el seguimiento del pago a los medios de comunicación por

concepto de publicidad, por elaboración de productos comunicacionales, etc.

- **CON DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN URBANA Y RURAL**

Se obtiene información técnica de aspectos urbanísticos y arquitectónicos, los mismos que deben ser procesados con un lenguaje asequible a la gente común.

- **CON DIRECCIÓN DE HIGIENE, SALUD Y GESTIÓN AMBIENTAL**

Asimismo, se toma en cuenta las acciones emprendidas, como campañas públicas, control sanitario, etc., para divulgar en los medios masivos y alternativos.

- **CON DIRECCIÓN DE OBRAS PÚBLICAS**

Al ser una dirección eminentemente técnico-operativo hay que readecuar contenidos comprensibles sobre la información oficial relativa al desarrollo físico cantonal.

- **CON DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN Y CULTURA**

Establecer la relación necesaria para conocer de sus propios personeros y funcionarios las actividades educativas, culturales, sociales

y recreativas que ejecuta este departamento municipal, con el objeto de establecer mecanismos para visibilizar las mismas.

- **CON DIRECCIÓN DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO**

Coordinar oportunamente los anuncios sobre la suspensión del suministro del líquido vital, que se dieran por cuestiones de daños o trabajos eventuales. Esto, con la finalidad de publicar en la prensa escrita y emitir en otros medios (radio, TV, página web). También es menester que ambas direcciones intercambien datos referentes a la ampliación y dotación del servicio de alcantarillado y agua potable en el área urbana y en las comunidades rurales de Otavalo.

- **CON DIRECCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y DESARROLLO**

Con esta dirección se debe establecer el nexo correspondiente para detallar la labor en barrios, ciudadelas, urbanizaciones, desde donde la Municipalidad impulsa un trabajo compartido y consensuado para determinar la realización de obras físicas con la decisión compartida entre la ciudadanía y el GMO. El proceso de participación ciudadanía debe tener un seguimiento constante desde el área comunicacional.

6.6.4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.6.4.1. BASE FILOSÓFICA

- MISIÓN

La Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del tiene como Misión la ejecución de estrategias comunicacionales que permitan a la ciudadanía conocer, participar y valorar la dinámica proactiva de la Municipalidad en todos sus espacios de acción.

- VISIÓN

Es importante promover una comunicación social real, objetiva , oportuna y democrática, que fortalezca al desarrollo de las relaciones y la participación ciudadana para la integración de la entidad como unidad política, económica y cultural, mediante el desarrollo de la información, difusión institucional, investigación de opinión de los ciudadanos/as urbanos/as y rurales, vinculación, relaciones públicas, y gestión administrativa, con el apoyo de medios radiales, escritos, televisivos y alternativos, así como de otros elementos y productos comunicacionales.

6.6.4.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

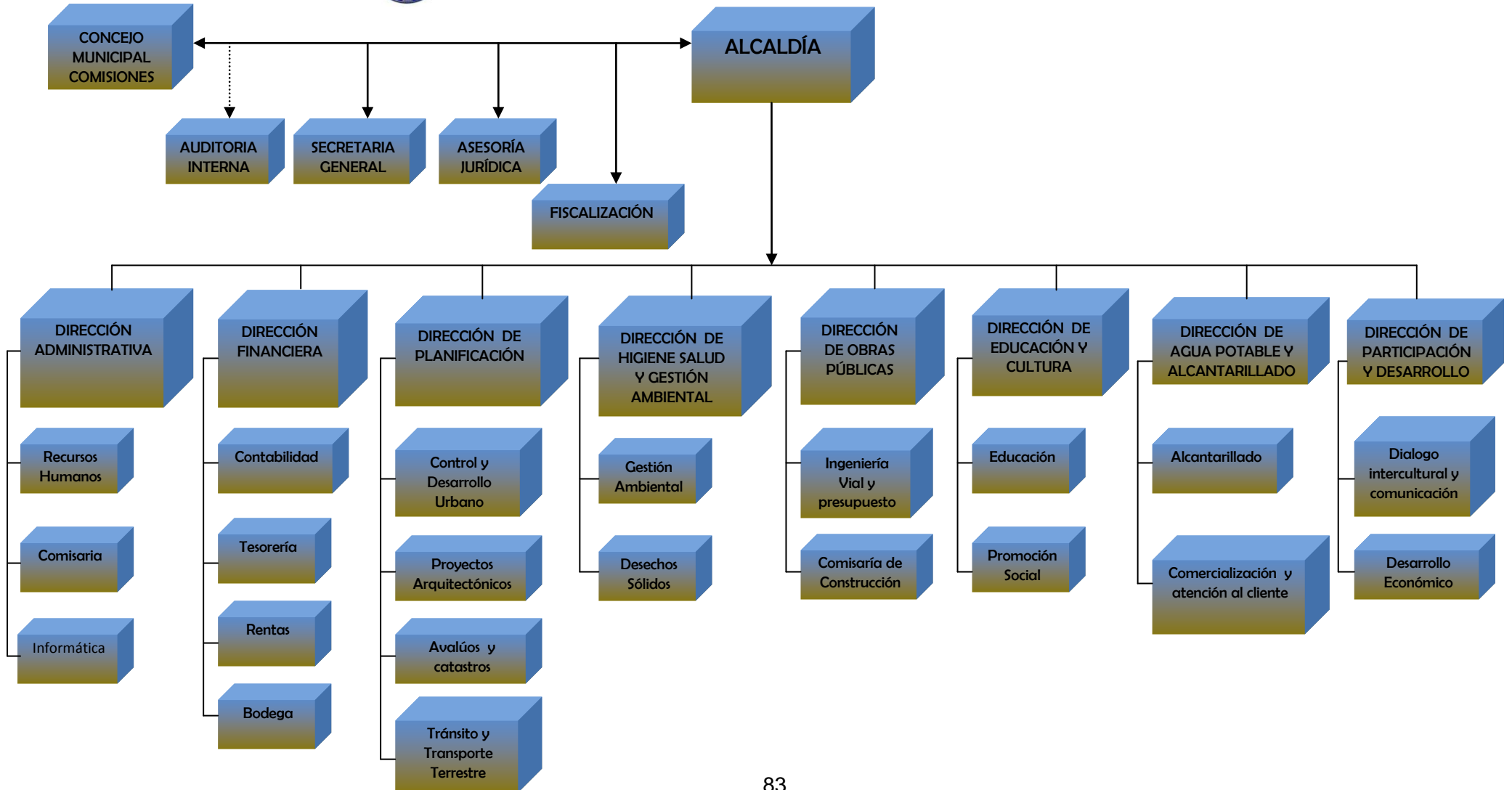
Los organigramas son dibujos geométricos que pueden representarse por medio de diversas figuras. Cada puesto de un jefe se

representa por medio de un cuadro que encierra el nombre del puesto y en ocasiones el nombre de quien lo ocupa, representándose por la unión de los cuadros mediante línea, los canales de autorización y responsabilidad.

A continuación se muestra el Organigrama Estructural del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO ACTUAL Y EL PROPUESTO, así como también el Propuesto para la Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social.

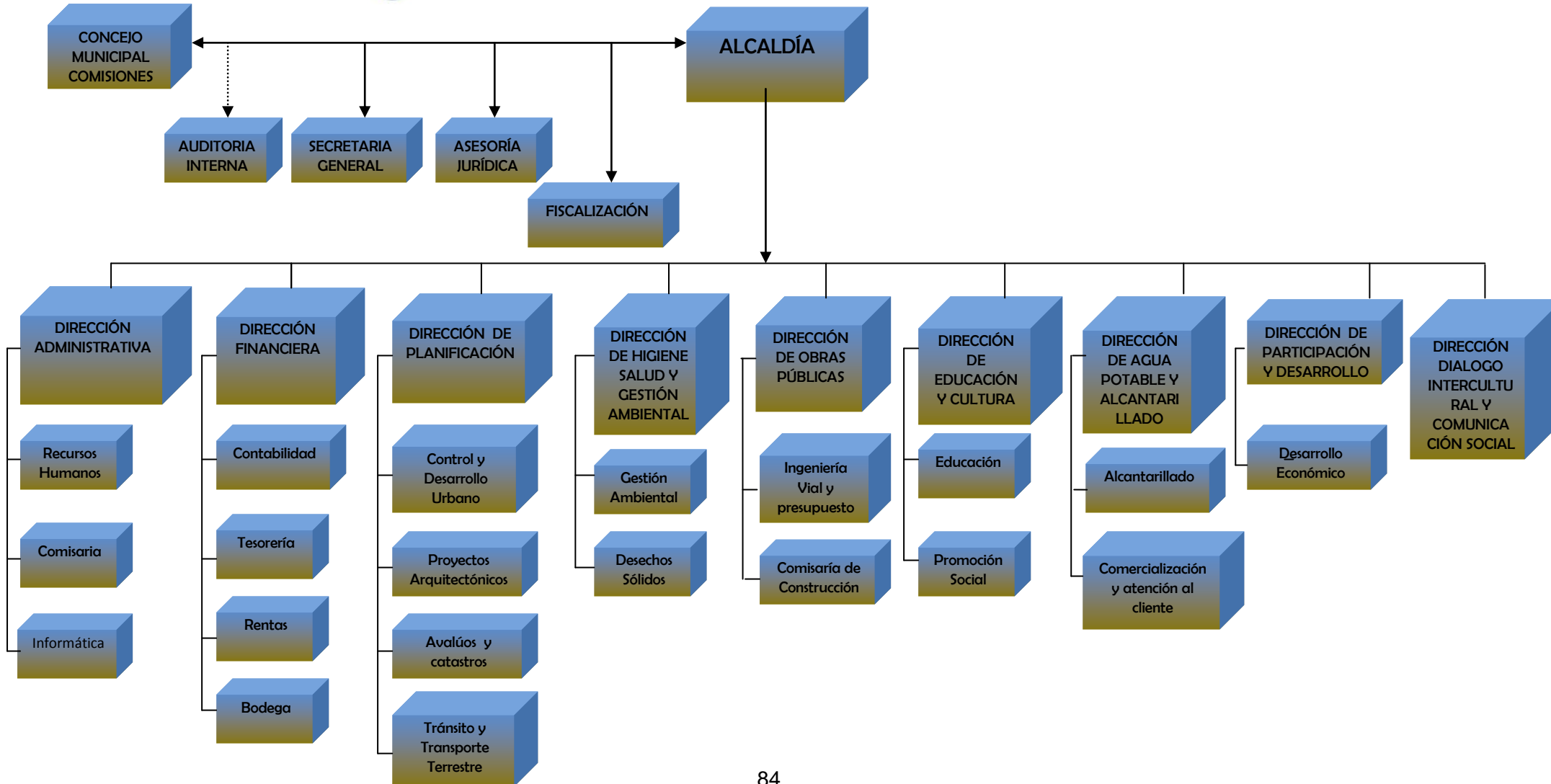


ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO - ACTUAL



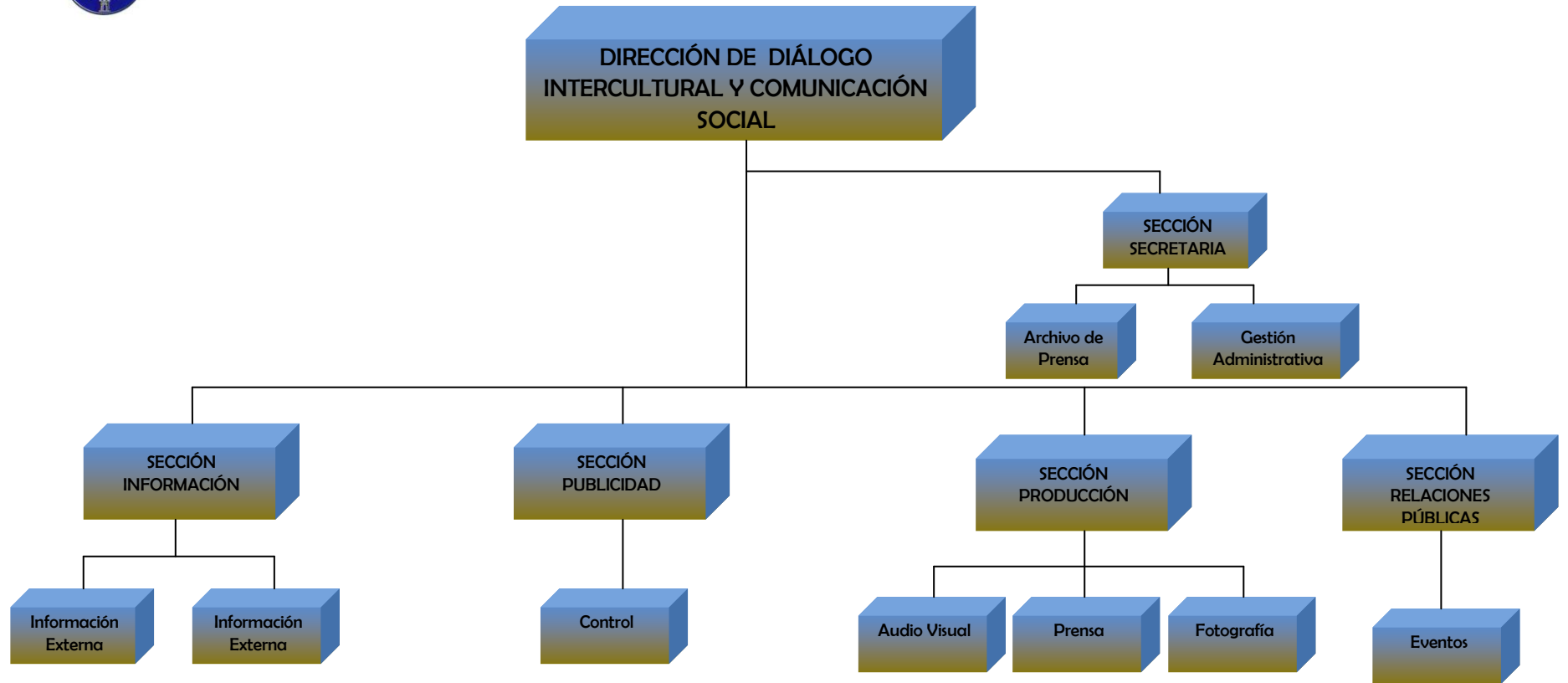


ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO - PROPUESTO





ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA DIRECCIÓN DE DIÁLOGO INTERCULTURAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO - PROPUESTO



La Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO, acogiendo la experiencia, responsabilidades y los parámetros básicos del funcionamiento actual de la Jefatura de Diálogo Intercultural y Comunicación, tendrá como objetivo básico: informar, comunicar y difundir la gestión municipal para a su vez fortalecer la imagen institucional. Como se ha citado son funciones de la Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social la imagen y promoción institucional:

- a. Elaborar el plan de promoción, difusión y relaciones públicas para la dependencia que así lo solicitara.
- b. Mantener óptimas y fluidas relaciones con los medios de comunicación.
- c. Los miembros de la Dirección estarán a disposición de cualquier funcionario del GMO, siempre que se refiera a la cobertura de actos importantes para beneficio de la administración, esto con previa solicitud si es posible por escrito, o por cualquiera de los mecanismos de recopilación de datos de la Dirección previa autorización del director/a de Comunicación del GMO.
- d. Participar en el diseño de formatos y la elaboración de materiales para difundir través de medios de comunicación (asesoría), de la dependencia que lo solicite.
- e. Planificar y coordinar una adecuada con cada una de las dependencias del GMO, a fin de mantener un manejo planificado de la información.

- f. Publicar y divulgar el material especializado en los diferentes medios (productos comunicacionales elaborados por la Dirección).
- g. La Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del Municipio de Otavalo tendrá la obligación de desarrollar programas sistemáticos de promoción y difusión, para propender a consolidar la imagen pública sobre la gestión que realiza el Municipio de Otavalo; incrementar el prestigio en el ámbito local, provincial, regional, nacional e internacional.
- h. Estudiar, proponer y desarrollar estrategias que estimulen la participación de la población dentro de los productos comunicacionales que se ejecuten.
- i. Realizar el seguimiento de la información publicada en diarios, y otros medios de comunicación; concernientes con temas de interés para la el Municipio de Otavalo.
- j. Asistir técnicamente en actos de la Municipalidad (audio y video), así como cubrir las Sesiones de Concejo a fin de archivar dicho material.
- k. Facilitar la maestría de ceremonia de los programas oficiales del GMO.
- m. Manejar el protocolo institucional.

6.6.4.3. MANUAL DE FUNCIONES

El Manual de Funciones detalla claramente cada uno de los aspectos más importantes que deberán cumplir los miembros integrantes de la

Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO, la misma que se sub dividirá de la siguientes manera:

1. Dirección de Comunicación Social:
 - Director/a del departamento

2. Sección Secretaría:
 - Archivo de Prensa:
 - Gestión administrativa:

3. Sección de Información:
 - Información Interna
 - Información Externa

4. Sección de Publicidad:
 - Control

5. Sección de Producción:
 - Audio y video
 - Prensa Escrita
 - Fotografía

6. Sección de Relaciones Publicas:
 - Eventos



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

RESPONSABLE: DIRECTOR/A DEL DEPARTAMENTO

NATURALEZA:

Dirección, control y evaluación de los sistemas de información pública o comunicación social, así como proyectar la imagen institucional a nivel externo e interno, difundiendo las acciones y proyectos desarrollados por el Gobierno Municipal de Otavalo.

FUNCIONES:

1. Realizar programas de difusión, comunicación y relación entre el personal del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
2. Impulsar la participación ciudadana con acciones de concienciación, utilizando los diferentes medios de comunicación colectiva.
3. Promover la política institucional ante la opinión pública.
4. Elaborar boletines informativos para los medios de comunicación colectiva.
5. Coordinar los actos protocolarios, sociales, culturales y deportivos organizados por el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO. y promover la participación de los medios de comunicación.
6. Analizar e informar al Alcalde/sa y Empleados Municipales las noticias y comentarios difundidos, sobre las actividades de la empresa.
7. Realizar campañas promocionales de las actividades de GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
8. Realizar el seguimiento y coordinación de los planes y programas de GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad por el cumplimiento de los planes y programas operativos de información.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional universitario de tercer nivel en Comunicación Social o Relaciones Públicas.
- Experiencia de cuatro años como periodista jefe
- licencia profesional actualizada.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: SECRETARIA

RESPONSABLE: ARCHIVO DE PRENSA

NATURALEZA:

Ejecutar actividades de secretaria de apoyo al departamento de comunicación social, además realizar labores complejas de archivo de prensa.

FUNCIONES:

1. Archivar noticias e informaciones transmitidas o publicadas por los medios de comunicación social.
2. Mantener los archivos de la información en orden y al día.
3. Proporcionar al personal del departamento la información recolectada, clasificada y codificada para su buen funcionamiento.
4. Mantener el archivo de boletines, publicaciones, grabaciones, fotografía, filmes y cintas magnéticas en un lugar seguro y confiable.
5. Elaborar informes sobre los archivos que se encuentran bajo su responsabilidad.
6. Receptar archivos de cada sección y clasificarlos de acuerdo a su importancia.
7. Dar información al personal del departamento sobre archivos perdidos, robados o extraviados.
8. Los demás que le asigne el jefe inmediato.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad en el manejo de archivos de prensa
- Responsabilidad por el manejo de normas técnicas en la ejecución del trabajo.
- Requiere precisión, iniciativa y excelentes relaciones personales.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Tecnología, especialidad Secretariado
- Egresado en Comunicación Social
- Experiencia de dos años en puestos afines.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL
SECCIÓN: SECRETARIA
RESPONSABLE: GESTIÓN ADMINISTRATIVA

NATURALEZA:

Ejecutar actividades de secretaria de apoyo de la gestión administrativa, además realizar labores complejas de secretariado.

FUNCIONES:

1. Elaborar documentos oficiales y correspondientes de rutina para disponibilidad inmediata de los mismos.
2. Mecnografiar documentos variados
3. Redactar correspondencia de rutina
4. Atender llamadas telefónicas
5. Receptar la correspondencia y distribuirla a las diferentes secciones
6. Atender al público y dar información sobre trámites que se realizan en el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad por el manejo de datos y documentos confidenciales.
- Habilidad para relacionarse con la gente.
- Iniciativa y predisposición para el cumplimiento de las tareas.
- Recibe supervisión
- Requiere de reserva en la ejecución de sus funciones.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Tecnología, especialidad Secretariado
- Experiencia de cuatro años como secretaria ejecutiva



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: INFORMACIÓN

RESPONSABLE: INFORMADOR EXTERNO

NATURALEZA:

Programación, dirección y control de los sistemas de Información externos, así como difusión y coordinación de actividades de interés comunitario.

FUNCIONES:

1. Programar las actividades de comunicación social de la colectividad.
2. Dirigir y orientarla información externa.
3. Diseñar estrategias de comunicación social externa de la Municipalidad
4. Asesorar al Alcalde/sa sobre actividades que conduzcan a alcanzar y mantener la imagen externa del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
5. Controlar la elaboración de los informes de investigación externa.
6. Seleccionar y distribuir la información externa obtenida de las investigaciones de la comunidad.
7. Programar y dirigir investigaciones de interés externo, así como divulgar sus resultados cuando fueren de interés público.
8. Coordinar con el informador interno los resultados obtenidos en la investigación.
9. Controlar los resultados alcanzados externamente.
10. Cumplir y hacer cumplir las normas legales y reglamentarias de los sistemas administrativos vinculados con la comunicación social.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- Responsabilidad por la ejecución de programas y eventos de información y comunicación social del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
- Responsabilidad por la calidad de información y publicaciones de la municipalidad.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional en Comunicación Social o Relaciones Públicas
- Experiencia de dos años como periodista
- Licencia profesional actualizada.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: INFORMACIÓN

RESPONSABLE: INFORMADOR INTERNO

NATURALEZA:

Programación, dirección y control de los sistemas de Información internos así como difusión y coordinación de actividades de interés institucional.

FUNCIONES:

1. Programar las actividades de comunicación social institucional
2. Dirigir y orientarla información interna.
3. Diseñar estrategias de comunicación social interna de la institución.
4. Asesorar al alcalde sobre actividades que conduzcas a alcanzar y mantener la imagen interna del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO
5. Controlar la elaboración de los informes de investigación externa.
6. Seleccionar y distribuir la información interna obtenida de las investigaciones de la comunidad.
7. Programar y dirigir investigaciones de interés interno, así como divulgar sus resultados cuando fueren de interés del personal.
8. Coordinar con el informador externo los resultados obtenidos en la investigación.
9. Controlar los resultados alcanzados internamente.
10. Cumplir y hacer cumplir las normas legales y reglamentarias de los sistemas administrativos vinculados con la comunicación social.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- Responsabilidad por la ejecución de programas y eventos de información y comunicación social del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
- Responsabilidad por la calidad de información y publicaciones de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional en Comunicación Social o Relaciones Públicas
- Experiencia de dos años como periodista
- Licencia profesional actualizada.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: PUBLICIDAD

RESPONSABLE: JEFE DE CONTROL

NATURALEZA:

Ejecutar y apoyar acciones en el campo periodístico para la cobertura de las actividades del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.

FUNCIONES:

1. Recabar y proporcionar información básica de la empresa para su divulgación.
2. Elaborar cuñas promocionales de publicaciones de la empresa.
3. Recolectar, clasificar y codificar información referente al GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO o a sus intereses.
4. Preparar, procesar e imprimir material informativo gráfico para su respectiva publicación.
5. Participar en la investigación y difusión de reportajes especiales sobre hechos o actos relevantes.
6. Recolectar y reproducir información gráfica de actos de importancia para la entidad.
7. Participar en la ejecución, investigación, análisis y estadísticas de opinión pública.
8. Elaborar y mantener el archivo de boletines y publicaciones.
9. Los demás que le asigne el jefe inmediato.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad en el manejo de equipo de publicidad.
- Responsabilidad por el manejo de normas técnicas en la ejecución del trabajo.
- Requiere precisión, iniciativa y excelentes relaciones personales.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Egresado En Comunicación Social
- Experiencia de dos años en puestos afines.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: PRODUCCIÓN

RESPONSABLE: AUDIO VISUAL

NATURALEZA:

Colaboración en la ejecución de videos y documentales informativos, de actividades de interés institucional.

FUNCIONES:

1. Elaborar videos y audio visuales de información social del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
2. Participar en la programación y ejecución de planes y programas específicos de la empresa.
3. Organizar la producción en audio video de artículos, reportajes y comentarios sobre temas de actualidad política, cultural, económica y científica
4. Grabar reportajes referentes a los servicios que brinda el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
5. Grabar ruedas y conferencias de prensa.
6. Promocionar mediante videos reportajes sobre estrategias de comunicación social a ser ejecutados por la empresa.
7. Supervisar las correcciones de pruebas en audio videos oficiales para su publicación.
8. Producir en audio y video reportajes, documentos y spots para televisión sobre actividades programadas por el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
9. Supervisar periódicamente los videos de notas y reportajes elaborados anteriormente y determinar fallas o errores.
10. Los demás que le asigne el jefe inmediato.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad por el equipo de Audio Video.
- Tener buenas relaciones interpersonales dentro y fuera del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional en Comunicación Social o Relaciones Públicas
- Experiencia de dos años como periodista
- Licencia profesional.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: PRODUCCIÓN

RESPONSABLE: PRENSA ESCRITA

NATURALEZA:

Colaboración en la ejecución de prensa escrita y documentales informativos, de actividades de interés institucional.

FUNCIONES:

1. Organizar la elaboración de programas de divulgación e información social del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
2. Participar en la programación y ejecución de planes y programas específicos de la entidad pública.
3. Organizar la producción de artículos, reportajes y comentarios sobre temas de actualidad política, cultural, económica y científica.
4. Elaborar notas en diferentes géneros periodísticos referentes a los servicios que brinda el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
5. Organizar y ejecutar ruedas y conferencias de prensa.
6. Analizar y promocionar reportajes sobre estrategias de comunicación social a ser ejecutados por la institución.
7. Supervisar las correcciones de pruebas en documentos oficiales para su publicación.
8. Redactar noticias, reportajes, documentos para prensa escrita sobre actividades programadas por el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
9. Supervisar periódicamente las noticias, entrevistas, crónicas, reportajes que emiten los diferentes diarios o rotativos de la ciudad y del país.
10. Los demás que le asigne el jefe inmediato.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad por la confiabilidad de la información
- Tener buenas relaciones interpersonales dentro y fuera del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional en Comunicación Social o Relaciones Públicas
- Experiencia de dos años como periodista
- Licencia profesional.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: PRODUCCIÓN

RESPONSABLE: FOTOGRAFÍA

NATURALEZA:

Colaboración en la ejecución de fotografía y documentales informativos, de actividades de interés institucional.

FUNCIONES:

1. Organizar la elaboración de programas de fotografía.
2. Participar en la programación y ejecución de planes y programas específicos del GMO.
3. Organizar la producción de fotografía de reportajes, entrevistas, acontecimientos sobre temas de actualidad política, social, cultural, económica y científica.
4. Elaborar carteles fotográficos referentes a los servicios que brinda el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
5. Organizar y ejecutar sesiones de fotografía en conferencias de prensa.
6. Complementar fotográficamente las notas periodísticas sobre estrategias de comunicación social a ser ejecutados por la entidad.
7. Supervisar las correcciones de pruebas gráficas oficiales antes de su publicación.
8. Producir fotografías de noticias, reportajes, documentos sobre actividades programadas por el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
9. Entregar a tiempo la documentación fotográfica a las secciones interesadas.
10. Los demás que le asigne el jefe inmediato.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad en equipo fotográfico.
- Tener buenas relaciones interpersonales dentro y fuera del GMO.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional en Comunicación Social o Relaciones Públicas
- Experiencia de dos años fotógrafo profesional
- Licencia profesional.



**MANUAL DE FUNCIONES DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO**

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL

SECCIÓN: RELACIONES PÚBLICAS

RESPONSABLE: JEFE DE EVENTOS

NATURALEZA:

Colaboración en la ejecución de eventos informativos así como en la organización de ruedas y conferencias de prensa.

FUNCIONES:

1. Recabar y programar información básica en la institución y fuera de ella para su divulgación, manteniendo una fluida relación con los medios.
2. Elaborar boletines y cuñas promocionales de los servicios que presta el GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
3. Proporcionar al periodista la información recolectada, clasificada y codificada.
4. Preparar, procesar e imprimir el material informativo gráfico para su respectiva publicación.
5. Participar en la investigación y difusión de noticias especiales sobre hechos o actos relevantes.
6. Coordinar e intervenir en actos oficiales desde la aplicación de las relaciones públicas y protocolo.
7. Recolectar y reproducir información escrita y grafica de actos relevantes del GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO.
8. Participar en la ejecución de investigaciones, análisis y estadísticas de opinión pública e institucional.
9. Mantener el archivo de los documentos empleados.
10. Los demás que le asigne el jefe inmediato.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad en el manejo y conservación de documentos y material informativo.
- Trabajo ejecutado sobre supervisión.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Egresado en Comunicación Social o Relaciones Públicas

6.6.5. PRESUPUESTO

En cuanto al Presupuesto que se necesitará para poner en marcha la propuesta titulada: LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO. PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN se necesitará de los siguientes recursos: humanos, materiales, financieros y tecnológicos, los mismos que constituirán la base para su desarrollo y aplicación.

6.6.5.1. RECURSO HUMANO

En lo referente al Presupuesto del Recurso Humano, se tomará como base el número de personas que serán necesarias para el funcionamiento e implementación de la nueva Dirección de Diálogo Intercultural y Comunicación Social del Gobierno Municipal de Otavalo.

Es necesario realizar una buena planificación de los Recursos Humanos ya que este proceso permitirá situar el adecuado número de personas calificadas en el puesto y momento adecuado. En una empresa o establecimiento, gran parte de su éxito depende en gran medida de que se cuente con el recurso humano adecuado en cada uno de los puestos, por tanto que se hace indispensable realizar una planificación tanto cuantitativa como cualitativa.

A continuación se detalla claramente al recurso humano que formará parte de la Dirección de Diálogo intercultural y Comunicación Social del Gobierno Municipal de Otavalo.



**RECURSO HUMANO DE LA DIRECCIÓN DE DIALOGO
INTERCULTURAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO
MUNICIPAL DE OTAVALO**

DESCRIPCIÓN	NUMERO DE PERSONAS	SUELDO
DIRECCIÓN	1 Director/a	2.247
SECCIÓN SECRETARIA	1 Secretaria	500
	1 Secretaria	500
SECCIÓN INFORMACIÓN	1 Periodista	650
	1 Periodista	650
SECCIÓN PUBLICIDAD	1 Jefe de Control	1.179
SECCIÓN PRODUCCIÓN	1 Responsable	450
	1 Periodista	650
	1 Responsable	450
RELACIONES PUBLICAS	1 Responsable	450
TOTAL DE RECURSO HUMANO	10 Personas	7.726

6.6.5.2. RECURSO MATERIAL

El recurso material es un complemento necesario para el desarrollo de todas y cada una de las actividades y funciones que deberá desempeñar la Dirección de Dialogo intercultural y comunicación Social del Gobierno Municipal de Otavalo, además ayudaran a establecer los objetivos y determinar el curso de acción a seguirse. Entre el recurso material se puede mencionar los siguientes:



RECURSO MATERIAL DE LA DIRECCIÓN DE DIALOGO INTERCULTURAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO

DESCRIPCIÓN	VALOR
Muebles de Oficina	1.500
Material de Oficina	500
TOTAL MATERIAL	2.000

6.6.5.3. RECURSO TECNOLÓGICO

La tecnología hoy en día constituye uno de los elementos más importantes en cualquier ámbito de desarrollo o actividad, es así que el sector de la comunicación no es la excepción. Para desempeñar un excelente trabajo es necesario innovarse cada día.

La Dirección de Dialogo intercultural y comunicación Social del Gobierno Municipal de Otavalo en cuanto al recurso tecnológico dispondrá de equipos nuevos de alta calidad.



**RECURSO TECNOLÓGICO DE LA DIRECCIÓN DE DIÁLOGO
INTERCULTURAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO
MUNICIPAL DE OTAVALO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadoras	6	1.000	6.000
Video grabadoras	2	1.200	2.400
Cámaras fotográficas	2	450	900
Filmadoras	2	1.000	2.000
USB	6	25	150
Televisor	1	750	750
DVD	1	120	120
TOTAL EQUIPO			12.320

6.6.5.4. RECURSO FINANCIERO

En conclusión el Recurso Financiero abarca el valor total de los recursos antes mencionados: humano, material y tecnológico mismo que debe ser valorado cuantitativamente para conocer el valor real a utilizarse en la puesta en marcha de la propuesta.



**RECURSO TECNOLÓGICO DE LA DIRECCIÓN DE DIALOGO
INTERCULTURAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO
MUNICIPAL DE OTAVALO**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Recurso Humano	6.700
Recurso Material	2.000
Recurso Tecnológico	12.320
Total Presupuesto	21.020

BIBLIOGRAFÍA

1. ALFARO MORENO, Rosa María, Una Comunicación para otro Desarrollo, Calandria, Asociación de Comunicadores Sociales, Perú - 1993.
2. ALULEMA DÍAZ, CARLOS E., Lugar Natal de Otavalo para Otavalo, CCE-Imbabura, 1995.
3. ASAMBLEA CONSTITUYENTE, CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA *DEL ECUADOR* – 2008, Publicación Oficial.
4. ASAMBLEA NACIONAL, Ley Orgánica de Participación Ciudadana, (versión digital – Registro Oficial, abril 20 del 2010).
5. BARBERO, Jesús Martín, Comunicación masiva: discurso y poder, Primera Edición, Colección Intiyan – Ediciones CIESPAL, Quito - 1978.
6. BRIONES, Marena, De la Oralidad a la Escritura - Ponencia en Ciudad, Escenario de Comunicación, Primera Edición, FLACSO, Quito - 1999.
7. CONGRESO NACIONAL, LEY Orgánica de Régimen Municipal, Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2009.

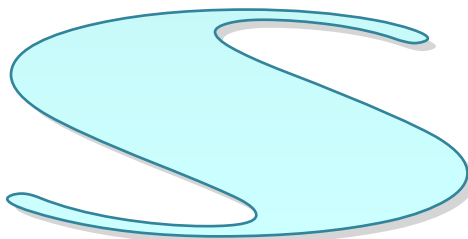
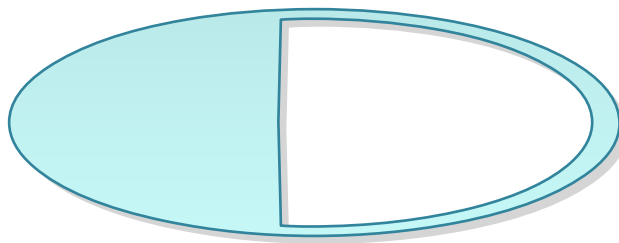
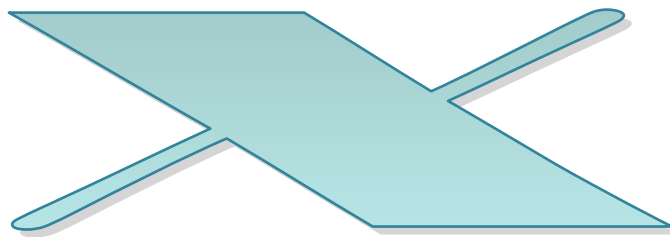
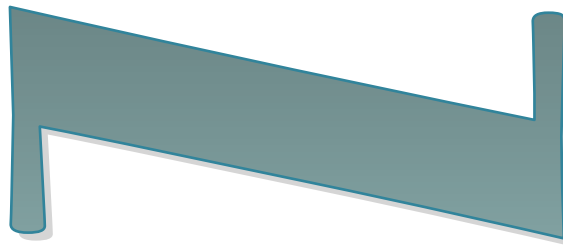
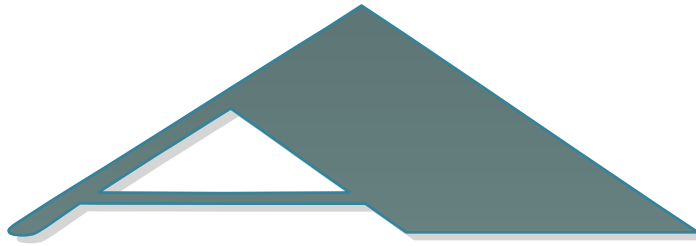
8. CONGRESO NACIONAL, LEY Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, UNP, Quito, 2005.
9. CHASQUI, revista latinoamericana de comunicación, CIESPAL, No. 97, 98.
10. FERRARA, Miguel Ángel, Comunicación en Instituciones para el Desarrollo, Primera Edición, Editorial Quipus, Quito - 1999.
11. GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO, Plan de Vida de Otavalo - 2002.
12. GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO, Rendición de Cuentas – administración 2000-2004, Otavalo, 2005.
13. GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO, Plan Comunicacional de la Jefatura de Comunicación y Diálogo Intercultural del GMO, 2010.
14. GONZÁLEZ REQUENA, Jesús, El Discurso Televisivo: Espectáculo de la posmodernidad, Ediciones Cátedra, Madrid-España, 1992.
15. HERRERA, Amable Agustín, Monografía del Cantón Otavalo, Colección Otavalo en la Historia, IOA – Universidad de Otavalo, 2002.
16. JARAMILLO, Fausto, tercermundo.com – Dinosaurios en la Aldea Global, Colección: espaciotiempo, Universidad de Otavalo, Primera Edición, Otavalo – 2007.

17. MANUCCI, Marcelo, Atrapados en el presente - La comunicación, una herramienta para construir el futuro corporativo, Manuales Didácticos, Ed. "Quipus" – CIESPAL, Quito – 2005.
18. MOREIRA DELGADO, Leonardo, Del Periodismo a la Comunicación, Colección: Catedral Virtual, Editorial Mar Abierto, Manta - 2001.
19. MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda, Comunicación Institucional - enfoque social de las relaciones públicas, Primera Edición, Editora Andina - CIESPAL, Quito - 1980.
20. NAVAS, Marco, Derechos fundamentales de la comunicación – una visión ciudadana, UASB-Abya Yala-Corporación Editora Nacional, Quito, 2002.
21. PAOLI, Antonio, Comunicación e Información – Perspectivas Teóricas, Editorial Trillas, Quinta reimpresión, México – 1989.
22. RINCÓN, Omar y ESTRELLA, Mauricio, Televisión: Pantalla e Identidad, Editorial El Conejo, Segunda Edición, Quito – 2001.
23. SAN FÉLIX, Álvaro, Monografía de Otavalo, IOA, Otavalo, 1988.
24. SANTILLÁN PERALBO, Rodrigo, El lenguaje en el periodismo de opinión, Editorial "Quipus" CIESPAL, Quito, 2006.
25. SINCLAIR, John, Televisión: comunicación global y regionalización, Gedisa Editorial, Primera Edición, España – 2000.

26. TORRICO VILLANUEVA, Erick R., La tesis en comunicación – elementos para elaborarla, Artes Gráficas Latina, Segunda Edición, La Paz, Bolivia – 1997.
27. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, El cuarto poder del Imperio: los medios de comunicación, Colección Pensamiento Crítico – Tomo 5, Ibarra, 2007.
28. VARIOS, Estrategias de Comunicación para Gobiernos, Editorial Ecuador, Primera Edición, Quito – 2001.
29. VARIOS, Comunicación en el Tercer Milenio, Abya Yala, Quito, 2001.
30. VARIOS, Comunicación Organizacional – Cultura y gestión para el cambio, Primera Edición, Editorial “Quipus” - CIESPAL, Quito, 2006.
31. VARIOS, Comunicación Política, Editorial “Quipus” – CIESPAL, Quito, 2007.
32. VARIOS, La Interculturalidad en Otavalo – Memorias de Talleres, Colegio Experimental “Jacinto Collahuazo”, Otavalo, 2004.
33. VILLAMARÍN, José, Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo, Ramandí Proyectos Editoriales, Quito, 1997.

LINKCOGRAFÍA

1. www.cangurorico.com
2. www.mitecnologico.com
3. www.gestiopolis.com
4. www.definicion.de/relaciones-publicas
5. www.es.wikipedia.org
6. www.otavalo.gov.ec



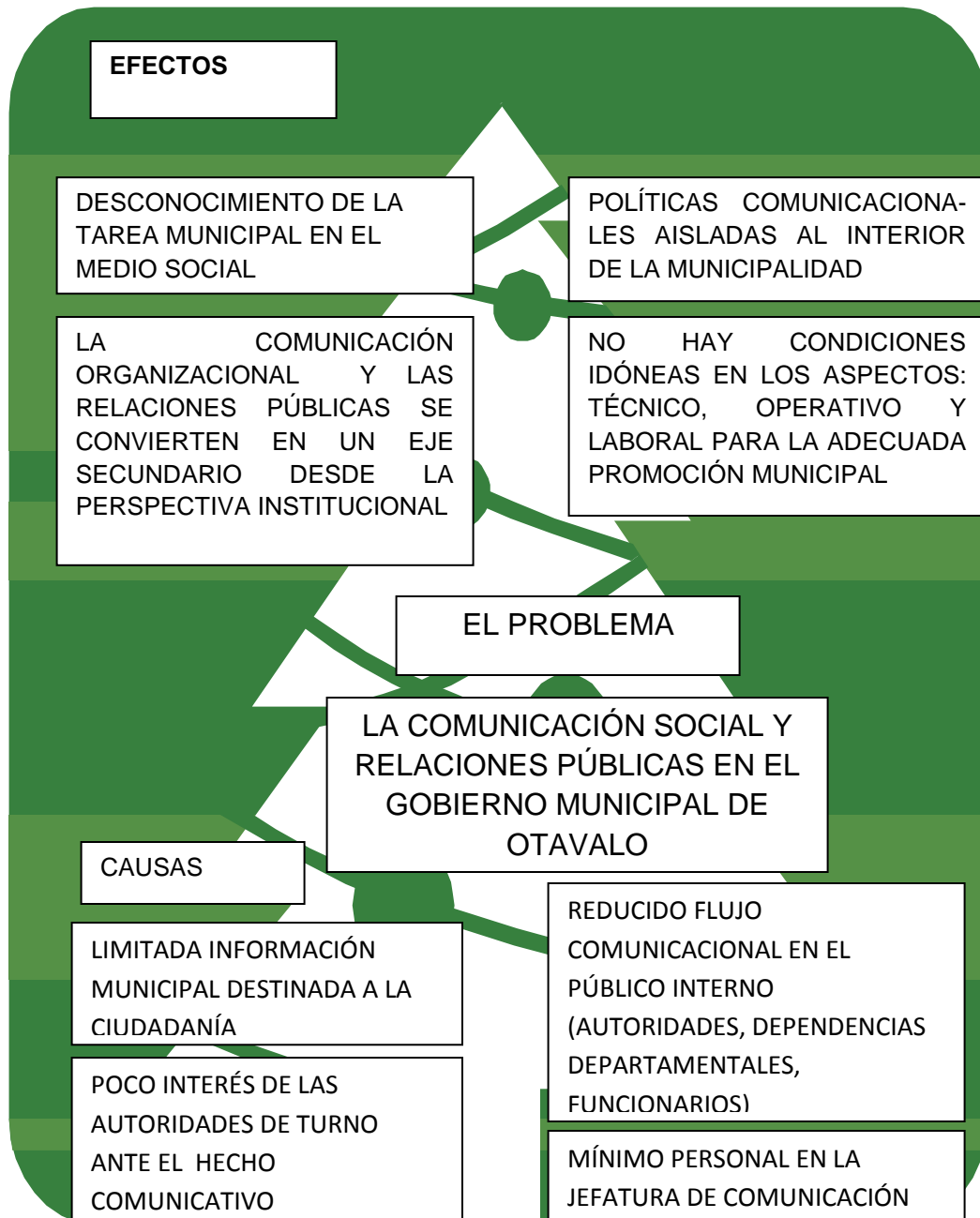
ANEXO 1

MATRIZ DE COHERENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
¿Cómo se está desarrollando la Comunicación Social y las Relaciones Públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo?	Determinar cómo se encuentra la Comunicación Social y las Relaciones Públicas en el Municipio de Otavalo.
SUBPROBLEMAS / INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Existen deficiencias o fortalezas en la comunicación organizacional y las relaciones públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo?2. ¿Qué ventajas internas y externas tiene la institución con un adecuado manejo de la comunicación organizacional?3. ¿Cuál es el resultado del accionar de la Jefatura de Comunicación y Diálogo Intercultural?4. ¿De qué manera la creación de la dirección de comunicación social permitiría mejorar la imagen institucional?	<ol style="list-style-type: none">1. Diagnosticar la situación de la comunicación organizacional y las relaciones públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo2. Determinar qué estrategias comunicacionales utiliza el Municipio de Otavalo3. Establecer cómo funciona la Jefatura de Comunicación y Diálogo Intercultural4. Proponer la creación de la Dirección de Comunicación Social.

ANEXO 2

ÁRBOL DE PROBLEMAS



ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Esta encuesta tiene la finalidad de recoger información para el trabajo investigativo, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Comunicación Social. Nos interesa saber de fuente directa su conocimiento acerca de la institución mencionada y a través de qué medios se informa del convivir municipal.

Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón San Luis de Otavalo.

Sírvase contestar las siguientes preguntas, con sinceridad y franqueza.

1. ¿Cómo califica usted la imagen institucional del Gobierno Municipal de Otavalo?

- | | |
|------------|--------|
| Excelente | () |
| Buena | () |
| Regular | () |
| Deficiente | () |

2. ¿Según su criterio la Municipalidad de Otavalo ofrece una oportuna información dirigida a los medios de comunicación locales, provinciales y nacionales?

- | | |
|---------|--------|
| Siempre | () |
|---------|--------|

- A veces ()
Casi nunca ()
Nunca ()

3. ¿Cree usted que la Relaciones Públicas en el Gobierno Municipal de Otavalo facilitan una adecuada comunicación entre esta institución y la ciudadanía?

- Siempre ()
Casi siempre ()
Rara vez ()
Nunca ()

4. ¿Cuál es el medio de comunicación a través del cual usted se informa de la tarea municipal?

- Radio ()
Prensa escrita ()
Televisión ()
Otros ()

5. ¿Según su criterio, cree que el Gobierno Municipal de Otavalo se encuentra posicionado como una Institución líder del citado cantón?

- Muy adecuada ()
Adecuada ()
Poco adecuada ()

Inadecuada ()

6. ¿Tiene usted conocimiento de las actividades, proyectos y obras emprendidas por el Gobierno Municipal de Otavalo?

Siempre ()

La mayor parte del tiempo ()

Algunas veces ()

Nunca ()

7. ¿Cómo describe usted a la información que divulga el Municipio de Otavalo?

Excelente ()

Buena ()

Regular ()

Deficiente ()

8. ¿Conoce usted las ordenanzas, reglamentos y resoluciones que aprueba o rechaza el Concejo Municipal de Otavalo?

Siempre ()

A veces ()

Casi nunca ()

Nunca ()

9. ¿La atención y el servicio al público en los departamentos, jefaturas y dependencias municipales es ágil, eficiente y oportuna?

Todo el tiempo ()

A menudo ()

En ocasiones ()

Nunca ()

ANEXO 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Agradecemos contestar el siguiente cuestionario con honestidad, claridad y franqueza, para determinar fortalezas y falencias que pudieran existir en la comunicación institucional.

Encuesta dirigida a autoridades, empleados, funcionarios y trabajadores del Gobierno Municipal de Otavalo.

1. ¿Considera valiosa la comunicación interinstitucional en la Municipalidad de Otavalo?

Sí	()	No
	()	
A veces	()	
Nunca	()	

2. ¿Cree usted que con la implementación de un idóneo sistema de comunicación en la entidad municipal habría una mejor imagen institucional?

Siempre	()
Casi siempre	()
Rara vez	()
Nunca	()

3. ¿Considera necesaria la creación de una dirección de comunicación social que se encargue de fortalecer la identidad y promoción institucional?

Muy necesaria ()

Necesaria ()

Poco necesaria ()

Innecesaria ()

4. ¿Cuál es su opinión sobre el manejo de la comunicación interna en la Municipalidad otavaleña?

Excelente ()

Buena ()

Regular ()

Deficiente ()

5. ¿Cuál es su criterio de las relaciones públicas en la entidad municipal?

Excelente ()

Buena ()

Regular ()

Deficiente ()

6. ¿Cómo califica la imagen de la Municipalidad de Otavalo?

Excelente	()
Buena	()
Regular	()
Deficiente	()

7. ¿Considera pertinente que la institución invierta recursos económicos en la aplicación de propaganda y publicidad en los medios de comunicación locales y provinciales?

Siempre	()
Casi siempre	()
Rara vez	()
Nunca	()

8. ¿Cree usted que con la contratación de propaganda y publicidad en los medios de comunicación se fortalecería la imagen municipal?

Muy cierto	()
Algo cierto	()
No muy cierto	()
No es cierto en absoluto	()

ANEXO 5
FOTOGRAFÍAS



Fachada Municipal



Mario Conejo, alcalde de Otavalo, asumiendo convenios interinstitucionales



Autoridades municipales en un acto oficial



Funcionarios municipales en jornadas de capacitación