



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **TEMA:**

**“MODELOS DE GESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, QUE DINAMICE LOS PROCESOS INTERNOS Y EXTERNOS EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE URCUQUI DURANTE EL AÑO 2012”. PROPUESTA ALTERNATIVA.**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en la Especialidad de Comunicación Social.

### **AUTOR:**

**CÈSAR STALIN RODRÌGUEZ ORTEGA**

### **DIRECTOR:**

**DR. JOSÉ REVELO**

**Ibarra, 2013**

## **ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR**

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director de la Tesis del siguiente tema: Diseñar un modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales. Propuesta alternativa a realizarse en el Municipio de Urcuquí, trabajo realizado por el señor egresado: Rodríguez Ortega César Stalin, previo a la obtención del título de Licenciado en la Especialidad de Comunicación Social.

A ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.

Dr. José Revelo  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a los comunicadores sociales que día a día siguen luchando por mantener informados a pesar de no tener la preparación suficiente pero con un conocimiento importante que ganan en el trabajo diario con la entrega de la información a la ciudadanía.

A la juventud encaminada a estudiar y sacar provecho de la educación y decirles las ganas y los objetivos son suficientes para luchar y salir adelante lo único que ellos se propongan les servirá a futuro.

A mi madre por la fuerza que me dio para conseguir mi objetivo de culminar mis estudios y sobre todo por sus consejos para ser una persona de bien.

Para todos ellos quiero entregarles este saludo y decirles gracias a todos por esa confianza entregada y nunca les fallé, y ahora desde el campo profesional a utilizar de buena manera los conocimientos de la comunicación al servicio de la comunidad.

**César Stalin Rodríguez**

## **AGRADECIMIENTO**

Al finalizar este trabajo de tesis, para mí es muy importante agradecer primero a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A Jackie Paulina Amaguaña mi novia por ser la persona que me impulsó desde un inicio a continuar mis estudios con seguridad y esfuerzo.

A mi director de tesis Dr. José Revelo por su esfuerzo y dedicación quién con sus conocimientos, experiencia paciencia ha estado dedicado a la dirección de este trabajo a los docentes de la universidad técnica del norte a cada uno de ellos que depositaron en nosotros los estudiantes las ilustraciones.

A mis compañeros que con ellos conviví cuatro años de experiencias inolvidables prácticamente pasamos a formar una familia.

Durante la vida, los seres humanos tenemos oportunidades circunstancias de esfuerzo y dedicación que hoy se ve reflejada en este trabajo.

"La diferencia entre una persona exitosa y otra que no lo es no es la falta de fuerza o conocimiento, sino una falta de voluntad." - Vincent T. Lombardi

**GRACIAS.**

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
INDÍCE.....	v
RESUMEN.....	xi
EXECUTIVE SUMMARY .....	xii
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>4</b>
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.1.- Antecedentes .....	4
1.2.- Planteamiento del Problema .....	10
1.3.- Formulación del Problema .....	11
1.4.- Delimitación .....	11
1.5.- <i>Objetivos</i> .....	12
1.5.1.- Objetivo General.....	12
1.5.2.- Objetivos Específicos.....	12
1.6.- Justificación .....	12
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>15</b>
2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1.- Fundamentación Teórica .....	15
<b>2.1.1.- Teorías de la Comunicación</b> .....	<b>15</b>
2.1.1.2 La comunicación y educación: .....	16
2.1.1.3 Comunicación .....	17
2.1.2.1 Comunicación organizacional.....	20
2.1.2 <i>La Comunicación Organizacional</i> .....	20
2.1.2.1 Comunicación horizontal .....	22
2.1.2.2 Comunicación oblicua.....	23
2.1.2.3 Comunicación Formal .....	23
2.1.2.4 Comunicación Informal.....	23
<b>comunicación Organizacional”</b> .....	<b>23</b>
2.1.2.5 El Rumor .....	24
2.1.2.6 Los procesos de distorsión a que están expuestos .....	25
2.1.2.7 La extrema rapidez con que circulan y el gran tamaño de la audiencia .....	25

2.1.2.8 Su capacidad de convencimiento y credibilidad .....	26
2.1.2 .9 La Comunicación y la Visión.....	26
2.1.3 <i>Relaciones públicas</i> .....	27
2.1.3.1 Comunicación interna .....	28
2.1.3.2 Comunicación externa .....	29
2.1.4 <i>Información</i> .....	30
2.1.5 <i>Institución</i> .....	31
2.1.5.1 Instituciones privadas .....	31
2.1.5.2 Instituciones públicas .....	32
2.1.5.3. Organización .....	32
<b>2.1.6 Modelo</b> .....	33
2.1.6.1 Elementos de la comunicación.....	34
2.3.- <i>Glosario de Términos</i> .....	37
2.4.- <i>Subproblemas, Interrogantes, Supuestos Implícitos</i> .....	40
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>41</b>
3. <b>METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	41
3.1.- Tipo de Investigación .....	41
3.2 <i>Métodos</i> .....	42
3.3 <i>Técnicas</i> .- .....	43
Encuesta .....	43
Entrevista .....	43
3.4 <i>Instrumentos</i> .....	44
3.5 <i>Población y Muestra</i> .....	44
3.5.1 Población .....	44
3.5.2 Cálculo de la muestra .....	45
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>46</b>
4. <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	46
ENCUESTA A NIVEL INTERNO .....	46
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>60</b>
5. <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	60
5.1. <b>Conclusiones</b> .....	60
5.2. <b>Recomendaciones</b> .....	61
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	<b>63</b>
6. <b>PROPUESTA ALTERNATIVA</b> .....	63
6.1 <b>Título de la Propuesta</b> .....	63
6.2 Justificación e Importancia .....	63

6.3 Fundamentación.....	64
6.4 OBJETIVOS.....	65
6.4.1 Objetivo general.....	65
6.4.2 Objetivos específicos.....	65
6.5 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.....	66
6.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	66
6.6.1 MISIÓN.....	66
6.6.2 VISIÓN.....	67
6.6.3 POLÍTICAS.....	67
<b>6.6.4 VALORES.....</b>	<b>68</b>
<b>6.6.5 Atribuciones y Responsabilidades del Departamento de comunicación del GAD</b>	
<b>Municipio de Urcuquí.....</b>	<b>68</b>
<b>6.6.6 ACTIVIDADES.....</b>	<b>69</b>
<b>6.6.7 COMUNICACIÓN INTERNA.....</b>	<b>70</b>
6.6.7 COMUNICACIÓN EXTERNA.....	82
MODELO DE LA ENCUESTA A APLICARSE A LA CIUDADANIA DEL CANTÓN	
SAN MIGUEL DE URCUQUÍ.....	85
6.9 IDENTIFICACIÓN DE MEDIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.....	90
6.6.8 ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL	
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ.....	94
<b>6.6.9 STORY BOARD CUADRO No. 18 STORY BOARD.....</b>	<b>96</b>
6.6.1 Impactos.....	99
6.6. 2 Impacto Social.....	99
6.6.3.- Impacto Político.....	99
6.6.4.- Impacto Económico.....	100
6.6.5.- Impacto Administrativo.....	100
6.6.6.- Impacto Académico.....	100
6.8 Bibliografía.....	101
<b>ANEXOS.....</b>	<b>104</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO N° 1</b> Diferencia entre la comunicación e información.....	29
<b>CUADRO N° 2</b> Pregunta 1.....	45
<b>CUADRO N°3</b> Pregunta 2.....	46
<b>CUADRO N° 4</b> Pregunta 3.....	47
<b>CUADRO N°5</b> Pregunta 4.....	48
<b>CUADRO N° 6</b> Pregunta 5.....	49
<b>CUADRO N° 7</b> Pregunta 5.....	50
<b>CUADRO N° 8</b> Pregunta 6.....	51
<b>CUADRO N° 9</b> Pregunta 7.....	52
<b>CUADRO N° 10</b> Pregunta 8.....	53
<b>CUADRO N° 11</b> Pregunta 1.....	54
<b>CUADRO N° 12</b> Pregunta 2.....	55
<b>CUADRO N° 13</b> Pregunta 3.....	56
<b>CUADRO N° 14</b> Pregunta 4.....	57
<b>CUADRO N° 15</b> Pregunta 5.....	58
<b>CUADRO N° 16</b> Formulario Buzón de Ideas.....	59
<b>CUADRO N° 17</b> Identificación de Medios de comunicación.....	60
<b>CUADRO N° 18</b> Story Board.....	61



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO N° 1</b> Sistema de Comunicación.....	17
<b>GRÁFICO N° 2</b> Elementos de la Comunicación.....	34
<b>GRÁFICO N° 3</b> Pregunta N° 1.....	45
<b>GRÁFICO N° 4</b> Pregunta N° 2.....	46
<b>GRÁFICO N° 5</b> Pregunta N° 3.....	47
<b>GRÁFICO N° 6</b> Pregunta N° 4.....	48
<b>GRÁFICO N° 7</b> Pregunta N° 5.....	49
<b>GRÁFICO N° 8</b> Pregunta N° 6.....	50
<b>GRÁFICO N° 9</b> Pregunta N° 7.....	51
<b>GRÁFICO N° 10</b> Pregunta N° 8.....	52
<b>GRÁFICO N° 11</b> Pregunta N° 9.....	53
<b>GRÁFICO N° 12</b> Pregunta N° 10.....	54
<b>GRÁFICO N° 13</b> Pregunta N° 11.....	55
<b>GRÁFICO N° 14</b> Pregunta N° 12.....	56
<b>GRÁFICO N° 15</b> Pregunta N° 13.....	57
<b>GRÁFICO N° 16</b> Pregunta N° 14.....	58

<b>GRÁFICO N° 17</b>	Facebook GADM Urcuquí.....	77
<b>GRÁFICO N° 18</b>	Página Web Urcuquí.....	79
<b>GRÁFICO N° 19</b>	Logo GADM de Urcuquí.....	80
<b>GRÁFICO N° 20</b>	Redes Sociales.....	82

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo es Tesis de Licenciatura en la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte que tuvo como problema el siguiente: **“MODELOS DE GESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, QUE DINAMICE LOS PROCESOS INTERNOS Y EXTERNOS EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE URCUQUÌ DURANTE EL AÑO 2012”**. **PROPUESTA ALTERNATIVA**. La comunicación organizacional comprende a todas aquellas entidades que, de un modo u otro, contribuyen a aumentar y consolidar el bienestar sociocultural de la población y que inciden en el desarrollo personal y comunitario fundamentado sobre los principios de compromiso y equidad que impongan hábitos relacionales; que se apoye sobre estructuras de reciprocidad abierta y dinámica; que se corresponda con los enormes cambios sociales venideros; que acceda a las formalidades desde la referencia humana; que permita un compromiso social activo y el desarrollo integral de individuos y comunidades. Si así pensamos hemos de resolver que gran parte de la preocupación orgánica de una entidad además se debe orientar hacia la fundamentación y consolidación de la comunicación como herramienta básica. La presente investigación, se considera que contribuye de manera significativa al mejoramiento del GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE URCUQUÌ, con esta propuesta se permite mejorar la utilización de los recursos y la imagen de la institución.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present work is a thesis in the Faculty of Education, Science and Technology of the Technical University North which had the problem as follows: **"MODELS IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION, BOOSTING THE INTERNAL AND EXTERNAL PROCESSES IN COMPLIANCE GOVERNMENT INSTITUTIONAL GOALS DECENTRALIZED AUTONOMOUS MUNICIPALITY OF SAN MIGUEL DE URCUQUÍ DURING 2012 ". ALTERNATIVE PROPOSAL.** The organizational communication includes all entities that, in one way or another, contribute to increase and consolidate the cultural welfare of the population and influencing personal and community development based on the principles of commitment and relational habits imposed equidad6que , that it rests on reciprocity structures open and dynamic that matches the huge social changes to come, that access to the formalities from the reference human social engagement that allows active and integral development of individuals and communities. If so we have to solve much of the concern also organic entity should be directed at the foundation and consolidation of communication as a basic tool. This research is considered to contribute significantly to the improvement of the Autonomous Decentralized Municipality of San Miguel Urcuqui, this proposal will allow better use of resources and the image of the institution.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo es alcanzar la competitividad de las instituciones públicas y privadas para desarrollar una gestión bajo principios y procedimientos, que garantice el cumplimiento de las normas y reglamentos vigentes que dispone la Contraloría General de Estado (CGE) para brindar un servicio de calidad.

Por medio de la comunicación una persona influye sobre otra y viceversa dando apertura a una interacción mediante la cual el hombre se conserva como un ser social. Puede ser verbal o no verbal, interindividual o intergrupala.

Por la razón antes mencionada, es necesario la aplicación de **“MODELOS DE GESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, QUE DINAMICE LOS PROCESOS INTERNOS Y EXTERNOS EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE URCUQUI DURANTE EL AÑO 2012”**.

Con la finalidad de lograr que la institución cuente con controles eficientes, eficaces y económicos para implementarlos de manera consciente y crear un ambiente de autocontrol, considerándose como una herramienta de gestión óptima que servirá de directriz para la institución con la finalidad de administrar los recursos, servicios, que facilite el cumplimiento de los procesos y objetivos institucionales

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1.- Antecedentes

La comunicación es inherentemente social, puesto que implica una relación entre dos sujetos que exteriorizan mediante codificaciones simbólicas su predisposición o su voluntad para interactuar. En tal sentido, la comunicación no puede ser sino social, lo que la convierte no solamente en un producto de la misma convivencia o coexistencia humanas sino, además, en uno de sus fundamentos.

Es por esto que es dable afirmar que la comunicación es un elemento estructural de la sociedad, en el entendido de que constituye un cemento de la trama inter- individual por el cual aquella es conformada. Este *factum* puede ser traducido axiomáticamente en el aserto de que no hay sociedad sin comunicación o a la inversa. El término Comunicación recubre hoy una ciencia nueva de la interacción de los seres y las cosas del entorno; de la interrelación con los objetos, los espacios y los mensajes. la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre".

Por lo tanto podemos decir que la comunicación ha sido, es y será la forma más importante de enviar y recibir información, venga del medio que venga.

La historia de la comunicación tiene su origen millones de años atrás; el hombre, desde que existió, buscó siempre una forma, aunque ésta sea primitiva de comunicar sus pensamientos y a su vez las acciones, los romanos en su caso utilizaban a personas para que llevaran una noticia de un lugar a otro mientras que los indios americanos encendían fogatas para identificar donde se encontraban o para comunicarse con otra aldea. El tambor también era utilizado para este fin e incluso para comunicarse con sus compatriotas en caso de guerra. Los espejos también se usaban para comunicarse entre personas utilizando este medio para reflejar la luz y conocer ubicación del individuo. El papel de impresión fue el medio más antiguo de comunicación, luego de la vía oral, los egipcios fueron los primeros en descubrir el material en el cual se podían dejar impresos varios escritos, Su descubrimiento ayudó a confeccionar el pergamino; luego en el siglo XV, un alemán Johan Gutenberg lo utilizó para imprimir la Biblia por primera vez en Europa. En los últimos años se fueron desarrollando distintas formas que nos permitieron acceder a diferentes tipos de comunicación: visual, verbal, escrita, auditiva, etc. La comunicación que se establece entre dos personas se considera el resultado de miles de métodos de expresión que se vinieron desarrollando durante varios años. Charles Darwin destacó en varios de sus estudios que la comunicación nació básicamente de los animales para lograr una supervivencia biológica. Y los estudios realizados recientemente le dan la razón, existe una amplia gama de comunicación animal; un claro ejemplo a citar es el de la abeja que al encontrar néctar, retorna a su colmena para dar la noticia. . A medida que el mundo evolucionó, también lo hizo la historia de la comunicación y no sólo se cambiaron dialectos aquí sino



que se desarrollaron nuevas formas de transmitir las ideas, los pensamientos y las acciones. La comunicación escrita trajo como ventajas las posibilidades de estudio, investigaciones científicas y una ramificación de la literatura. Podemos decir que la historia de la comunicación ha evolucionado de formas que eran casi impredecibles; cuando muchos pensamos que la fuente más masiva de comunicación era la televisión y la radio, apareció Internet que cambió todo tipo de concepción sobre las fuentes y las formas de la comunicación, hoy se ha convertido en un medio masivo por el cual no sólo podemos comunicarnos, sino también hacerlos de forma más rápida y segura.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) es la unión de los computadores y las comunicaciones la cual desató una explosión sin precedentes de formas de comunicarse al comienzo de los años '90 a partir de ahí, el Internet pasó de ser un instrumento especializado de la comunidad científica a ser una red de fácil uso que modificó las pautas de interacción social. Para todo tipo de aplicaciones educativas, las TIC son medios y no fines. Es decir, son herramientas y materiales de construcción que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices.

En los últimos años hemos asistido a una fuerte evolución tecnológica, a la que algunos se refieren como 3ª Revolución Industrial. Este extraordinario avance técnico se centra especialmente en las tecnologías de la información y la comunicación. Son varios los inventos que pueden considerarse clave de este enorme desarrollo:

- Los primeros ordenadores, que aparecieron a mediados del siglo XX.
- El descubrimiento de un interesante operador electrónico: el transistor.
- La aparición de la fibra óptica.
- El descubrimiento de los circuitos integrados, los llamados chips.
- El protocolo TCP/IP para transferencia de información, establecido por los americanos a finales de los sesenta, años más tarde dio lugar a la aparición de Internet.
- Luego aparecieron los microprocesadores (microchips).
- Los satélites de comunicaciones.
- La tecnología inalámbrica.

En el ámbito Sudamericano, el desarrollo de las NTICs tiene el potencial de producir mejoras importantes en la gestión de las entidades públicas, en la transparencia en el desarrollo de sus operaciones y en su grado de acercamiento a la sociedad.

Las NTICs constituyen herramientas fundamentales para la educación de la fuerza laboral, la integración de las empresas en cadenas de valor agregado y el desarrollo y difusión de la capacidad para generar nuevos conocimientos.

La comunicación organizacional ocurre dentro de un sistema abierto complejo, que está influenciado sobre el ambiente externo. El gerente, el líder, o los profesionales de recursos humanos, como cualquier miembro de un equipo dentro de la organización, son esencialmente unos comunicadores profesionales, su labor puede ser caracterizada la mayor

parte del tiempo como una tarea comunicacional por excelencia, ya que la comunicación humana es una herramienta fundamental de trabajo.

Para que la comunicación organizacional de una de una entidad se presente como organizada debe tener una clara finalidad, es decir estar vinculada a objetivos y a un plan en su conjunto, debe ser multidireccional, es decir de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal así como interna - externa, etc. es fundamental que esté instrumentada y utilice distintos soportes, dispositivos e indicadores seleccionados en función de los objetivos. Además debe ser flexible para ser capaz de integrar lo informal y crear estructuras que lo favorezcan.

Gestionar el cambio organizacional desde y a partir de la comunicación se convierte en un elemento de competitividad para las organizaciones implica para ellas una transformación de pensamiento estratégico. El primer paso para gestionar el cambio desde la comunicación en una organización es posicionar las ventajas y beneficios de esta. Esta labor de persuasión se realiza en alta dirección, quien es la que toma las decisiones sobre las transformaciones y cambios graduales de la organización. Es decir, como primer paso se debe cambiar de mentalidad y de gestión dentro de la organización, vender el concepto de la comunicación como eje de gestión del cambio. Los pasos para diseñar, estructurar y formular planes de cambio basados en estrategias comunicacionales son similares a los de una planeación estratégica. La diferencia radica en especial énfasis que se hace en el análisis del entorno y la cultura organizacional, en la construcción de un sistema de información y de una plataforma mediática.

En el caso de los municipios, hoy llamados Gobiernos Autónomos Descentralizados GADS se pueden definir como Institución ya que tienen

una estructura del orden social que rige el funcionamiento de una sociedad que emite normas, y emite ordenanzas municipales que debe acatar el pueblo y a la vez como una organización ya que es el resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos siendo operativa porque involucra a públicos internos y externos de manera organizada para trabajar en el cumplimiento de la misión y visión.

La labor de los Gobiernos autónomos descentralizados es actuar como facilitadores de los esfuerzos de la comunidad en el objetivo de planificar, ejecutar, generar y distribuir el uso de los servicios que hacen posible la realización de sus aspiraciones sociales.

La gestión de acción del comunicador nos ayuda a construir las redes de comunicación, facilitando la socialización la interacción humana, el conocimiento y reconocimiento del otro; siendo conscientes que el mundo y la realidad son productos de la interacción de sujetos, en las direcciones de desarrollo social y comunicación de los municipios no se han diseñado o aplicado modelos de gestión en la comunicación organizacional ya que existe una deficiente comunicación interna y externa, lo que ocasiona que no se organice y ejecute actividades de promoción, difusión, publicidad, propaganda e información municipal mal direccionada.

Es por eso que el presente proyecto propone el uso de alternativas de comunicación que manejen una óptica más social, desde un punto de vista de desarrollo integral, son necesarias ser aplicadas en realidades difíciles de tejer redes de comunicación a través de los medios de

comunicación tradicionales, que de acuerdo a los análisis de mensajes, no cumplen con la finalidad para la que fueron creados.

Este proyecto es la solución a un problema estructural que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de los objetivos institucionales, redes de comunicación entre la institución y la comunidad, como un eje de desarrollo comunitario, fomentando un grado de ciudadanía en los habitantes.

## **1.2.- Planteamiento del Problema**

Esta investigación pretende indagar la problemática de la no aplicabilidad de los principios de la comunicación interna y externa, y la falta de implementación y utilización de los modelos de gestión desde una perspectiva organizacional y comunicacional.

Pero quienes están al frente de numerosas instituciones creen que estas acciones se dan de modo natural sin tener en cuenta que conforman una problemática completa y global en la gestión de las organizaciones. La falta de políticas para la difusión en medios de comunicación que informen a la comunidad sobre asuntos importantes hacen que no exista un empoderamiento popular de la actividad municipal, es por eso que se crea un desconcierto en los ciudadanos sobre las decisiones que se toma desde la institución. No existen procesos eficientes de comunicación interna lo que provoca descontento en la ciudadanía, rumores negativos que afectan en la imagen de las autoridades respectivas. Que son necesarias para promover un desarrollo social, entorno a un marco de institucionalidad de una participación social.

Dentro de un punto de vista de conocimiento contextualizado a realidades locales, no existe información específica para el cantón, en cuestión de planes de comunicación, existiendo básicamente información marcada dentro de actividades específicas a la promoción de las actividades que se llevan a cabo dentro de la municipalidad.

### **1.3.- Formulación del Problema**

En los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS), el proceso de comunicación organizacional, es aplicado sin mayor análisis de la estructura, se improvisa y confunde conceptos, la comunicación es instrumentalista y operativa, no existen diseñados modelos de gestión en el campo comunicacional.

En el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Urcuquí existe una incipiente utilización de los modelos de gestión en la comunicación organizacional lo que ocasiona una deficiente comunicación interna y externa interfiriendo tener una fluidez técnica que permita establecer lazos entre la institución y los diferentes públicos directamente relacionados.

### **1.4.- Delimitación**

El presente trabajo se desarrollará en un periodo temporal de un semestre en el Gobierno Municipal de San Miguel de Urcuquí, con públicos internos y externos en la parroquia urbana de la ciudad, Urcuquí. Esta investigación pretende medir el efecto por los servicios prestados en los públicos externos.

## **1.5.- Objetivos**

### **1.5.1.- Objetivo General**

Diseñar un modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales. Propuesta alternativa a realizarse en el Municipio de Urcuqui.

### **1.5.2.- Objetivos Específicos**

Dentro de los objetivos específicos de este trabajo podemos destacar tres ejes importantes:

- a) Elaborar un diagnóstico sobre la aplicabilidad de los modelos de gestión comunicacional en las instituciones públicas.
- b) Proponer un marco teórico referencial de los procesos comunicacionales internos y externos.
- c) Diseñar una propuesta alternativa de comunicación .organizacional para el Municipio de San Miguel de Urcuquí.

## **1.6.- Justificación**

Es importante indicar una propuesta y hacer posible la realización de un cambio, siendo este el motivo principal para plantear ideas nuevas que cambien la comunicación institucional en los Municipios además es un

tema muy amplio que nos permite trabajar en equipo y utilizar la creatividad al servicio de la comunidad.

De acuerdo a lo que se pudo observar dentro del Municipio de Urcuquí la comunicación interna no ha tenido cambios positivos y se viene manteniendo con una estructura antigua, siendo este el motivo principal para realizar ideas que surgen de la necesidad de aportar a la sociedad y promover de esta manera la investigación lo cual contribuirá al fortalecimiento del departamento de comunicación social.

El desarrollo en toda institución exige estos cambios como parte de su evolución. No obstante, para que exista una integración entre sus miembros es indispensable desarrollar un sistema de comunicación que permita el flujo de información adecuado, la comunicación es un factor esencial para el funcionamiento de la organización porque se deriva de una necesidad de los individuos que la conforman.

Así mismo, la importancia y ejercicio de la comunicación dentro de las organizaciones destaca debido a que estas han sido creadas mediante la acción coordinadora para alcanzar objetivos comunes. Es por eso que la comunicación resulta fundamental para que los individuos interactúen en conjunto con otros y así logren tareas que requieran a más de un individuo. De esta forma, la comunicación constituye una herramienta de trabajo indispensable para que los miembros de la organización puedan entender su tarea y lograr, junto con la organización, los objetivos planteados.



Al planificar estratégicamente la comunicación, se podrá establecer espacios de comunicación ciudadana, y crear un vínculo con la comunidad de la gestión municipal que se viene llevando a cabo, promover el desarrollo social desde un punto de vista más institucionalizado, como política institucional utilizando la comunicación como un eje transversal, desde un punto de vista más humano, manejando un concepto de comunicación en relación a la equidad social.

Desde un punto de vista de decisión política, se hace prescindible un plan de comunicación, para concienciar a las autoridades tanto a nivel ejecutivo y legislativo sobre la importancia de una comunicación bilateral municipio con la comunidad, globalizando el concepto de la institución seccional a la idea de formar parte de un gobierno local.

Es también importante, llegar a establecer estrategias para educar a la comunidad, teniendo como mensaje clave, la participación activa dentro de la gestión, sin importar las autoridades de turno, para establecer canales de interacción social, no desde un punto de vista paternalista, sino de pro actividad y de propuesta de trabajo mancomunado. Existe todo un marco jurídico entorno a la creación de espacios para la acción ciudadana dentro del municipio, el cual es necesario poner en acción a través de la emisión de ordenanzas y la creación de los órganos regulares pertinentes.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.- Fundamentación Teórica**

##### **2.1.1.- Teorías de la Comunicación**

La teoría de la comunicación es un campo de estudio dentro de las ciencias sociales que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo estos intercambios afectan a la sociedad y su forma de comunicación, es decir, investiga el conjunto de principios, conceptos y Regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso social.

Está en estrecha relación con otras ciencias, de las cuales toma parte de sus contenidos o los integra entre sí, son muchas las discusiones abiertas en el campo académico sobre lo que en realidad constituye la comunicación y de allí que existan numerosas definiciones al respecto, muchas de las cuales se circunscriben a determinados campos o intereses de la ciencia. Pero en su definición más estricta, comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro. De hecho, muchos estudiosos de la comunicación toman esta conclusión como una definición de trabajo junto a la sentencia de Lasswell "quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto", como maneras de circunscribir la teoría de la comunicación.

### **2.1.1.2 La comunicación y educación:**

La comunicación y la educación tienen que estar juntas para el desarrollo de las comunidades y su gente. La formación de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia las metas y el reforzamiento del comportamiento deseado; estimula a la motivación y es necesaria la comunicación. La comunicación y educación es fundamental dentro de la sociedad, así los miembros muestran sus frustraciones y sus sentimientos de satisfacción.

La comunicación proporciona información que los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones así transmiten datos y evalúan opciones alternativas.

#### **Funciones:**

- Control
- Motivación
- Expresión emocional.

Desde este departamento se brindará apoyo y difusión de todas las gestiones y actividades que se realicen en el cantón Urcuquí.

Se elaborará procesos comunicacionales en temas de valores, cultura, tránsito donde se comparta con la ciudadanía.

### 2.1.1.3 Comunicación

Comunicación proviene de la palabra la 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 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. **Según la página web [www.mitecnologico.com](http://www.mitecnologico.com)**

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

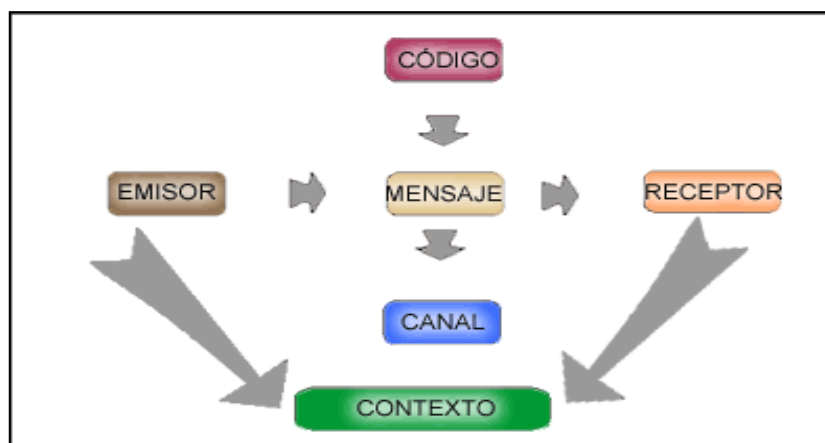
Es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos los cuales intervienen en una interacción. Es la utilización de un código específico para la transmisión de un mensaje o bien de una determinada experiencia en unidades semánticas con el objeto de permitir a los hombres relaciones entre sí.

**Rodrigo Santillán Peralbo 2006**, manifiesta que, 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 perceptor, el mensaje tiene grandes posibilidades de éxito; es decir los referentes lingüísticos deben ser iguales entre emisor y receptor.

**Leonardo Delgado, 2001** manifiesta 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.

### GRÁFICO No. 1 SISTEMA DE COMUNICACIÓN



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: [www.mitecnologico.com](http://www.mitecnologico.com)

#### 2.1.1.4 La Educomunicación

Lo importante es educar, que el ciudadano sea solidario, crítico, se convierta en comunicador, pasando así de simple receptor pasivo a emisor activo. Todo ello para lograr democráticamente los cambios sociales necesarios.

La idea de que se pueda asegurar una transmisión (cultural) con medios (técnicos) de comunicación constituye una de las ilusiones más habituales de la 'sociedad de la información', propia de una modernidad cada vez mejor armada para la conquista del espacio pero cada vez lo está menos para el dominio del tiempo.

#### **2.1.1.2.1 Comunicación Institucional**

Es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y dirigida a las personas y grupos del entorno social donde realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

La comunicación institucional se ocupa de mantener las adecuadas relaciones y comunicación de una organización, empresa, holding, o colectivo determinado, con sus distintos públicos, para la viabilidad y consecución de los objetivos.

Las diversas funciones de la comunicación nos muestran que no existe verdaderamente empresa sin proyecto, ni proyecto sin comunicación que estimule su realización.

### **2.1.2.1 Comunicación organizacional**

**Leonardo Moreira 2001** dice 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 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, Organización de eventos, Dirección y Producción de medios.

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.

### **2.1.2 La Comunicación Organizacional**

“Consiste en 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). Si la organización se trata de una empresa, la comunicación distingue tres sistemas.

- Operacionales, se refiere a tareas u operaciones.
- Reglamentarios, órdenes e instrucciones.
- Mantenimiento, relaciones públicas, captación y publicidad.

Si ampliamos la concepción de comunicación, comunicación organizacional también puede ser entendida como el proceso de producción, circulación y consumo de significados entre una organización y sus públicos.

La comunicación dentro de una empresa adquiere un carácter jerárquico, basado en órdenes y mandatos, aceptación de políticas, etc. Es por ello que hay que destacar la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas y la cooperación entre directivos o altos mandos y trabajadores. La efectividad y buen rendimiento de una empresa depende plenamente de una buena comunicación organizacional. Así pues, la comunicación organizacional estudia las formas más eficientes dentro de una organización para alcanzar los objetivos esperados y proyectar una buena imagen empresarial al público externo. Hay diversos tipos de comunicación organizacional:

Dentro del ámbito empresarial, se denomina Comunicación Vertical a aquella que fluye ascendente o descendentemente entre subordinados y managers.

Esta comunicación permite regular y controlar la conducta de los subordinados en aspectos tales como:

- Instrucciones y planificación de las tareas
- Información relativa a procedimientos, prácticas, políticas.
- Valoración del rendimiento de los empleados, etc.



Los canales de comunicación empleados para la misma son:

- Teléfono
- Reuniones
- Correo electrónico
- Manuales, guías, etc.

Los medios más eficaces para transmitir información son las reuniones y el teléfono. Permite condensar una gran cantidad de información en un breve espacio de tiempo. La comunicación escrita (correos) son apropiados sólo cuando la tarea requiere una gran cantidad de información detallada y compleja. Es un tipo de lenguaje más preciso que los anteriores y a la vez más objetivo ya que no está sujeta a tantas distorsiones como la palabra hablada”.

#### **2.1.2.1 Comunicación horizontal**

“Es aquella que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Pueden ser entre departamentos, grupos o de forma individual, no hay presencia de autoridad y sirven para agilizar la estructura organizativa. Ese tipo de información se puede obtener a través de juntas, informes, asambleas, etc. Se da entre los empleados de un mismo nivel jerárquico.

- Se utiliza para coordinar las actividades de los distintos empleados o departamentos de la empresa.
- Resolver problemas de un departamento.
- Tomar decisiones en las que tengan que intervenir varios departamentos.

- Se usan reuniones de trabajo, notas, comunicados internos, trabajo en equipo, debates, teléfono, Internet... etc.

#### **2.1.2.2 Comunicación oblicua**

Es la que se puede realizar entre el gerente de departamento de comercialización y un empleado de finanzas y que está prevista en la organización. Es la necesidad de la coordinación intergrupala, debidas a una urgencia por parte del emisor para conseguir una respuesta del receptor.

#### **2.1.2.3 Comunicación Formal**

Es la forma de comunicación que está establecida por la empresa y que, además, corresponde con la propia organización de los procedimientos de la misma. Define el modo en que cada persona debe comportarse y cómo debe recoger y transmitir la información que llega. Este tipo de comunicación representa el orden jerárquico oficial, y permite transmitir la información de una manera rápida y con pocos errores, por lo que resulta muy útil para tomar decisiones.

#### **2.1.2.4 Comunicación Informal**

La comunicación informal fluye dentro de la organización sin canales preestablecidos y surge de la espontaneidad de los empleados. Se le da alto nivel de credibilidad y suele estar relacionada con asuntos personales

acerca de individuos o grupos de la organización. Este tipo de comunicación es conocida popularmente como “rumores” y sirve para que los altos niveles jerárquicos conozcan las condiciones personales de los empleados y del entorno de la empresa. **BISQUET, Alfredo. (2003). La comunicación Organizacional”.**

En definitiva, el estudio de la comunicación organizacional está cada vez más en auge y la experiencia afirma que las organizaciones que la llevan a cabo presentan una mayor efectividad laboral, mayor emotividad dentro de la organización y mejores resultados no productivos.

#### **2.1.2.5 El Rumor**

Las comunicaciones informales aportan incuestionables beneficios a las personas implicadas en ellas, pero también pueden ser útiles a la organización. Pensemos en las potencialidades de la comunicación que se desarrolla en el contexto de grupos informales en términos de reforzamiento de la cohesión grupal, o para generar y fortalecer la cultura de la organización, o como medio para aclarar comunicaciones formales ambiguas o deficientes.

O en las comunicaciones con contenido formal que escapan a los canales y medios de comunicación establecidos, saltándose uno o varios niveles de la cadena comunicativa, como estrategia para incrementar la rapidez y exactitud de los mensajes gracias a la reducción del número de personas que participan en la cadena comunicativa. Como contrapartida estos tipos de comunicación pueden originar ciertos inconvenientes:

En su forma de comunicaciones con contenido formal que, en una estrategia de “puenteo”, prescinden de una o más instancias intermedias de la jerarquía de autoridad; las disfunciones surgen como consecuencia de haber sepultado la función y la autoridad de las instancias intermedias a las que se ha ignorado. En su forma de comunicaciones con contenido informal por canales informales, las disfunciones se producen cuando la cohesión se desarrolla en torno a normas contrarias a las pautas establecidas o cuando estas Comunicaciones se traducen en *rumorología* y dan lugar a un conocimiento generalizado y erróneo sobre temas que afectan a la organización o sobre incidencias personales de sus miembros.

#### **2.1.2.6 Los procesos de distorsión a que están expuestos**

***En efecto, como afirma L. Puchol (1997), “el mejor rumor es peor que la más cruda de las realidades porque distorsionan y exageran la realidad”.***

#### **2.1.2.7 La extrema rapidez con que circulan y el gran tamaño de la audiencia**

A la que llega (pudiendo trascender los límites de la organización) como consecuencia de los beneficios que obtienen las personas que participan en su transmisión: les permite encontrar un significado a los acontecimientos y eliminar las incertidumbres, además pueden mejorar su autoimagen al demostrarse conocedores de información secreta.

### **2.1.2.8 Su capacidad de convencimiento y credibilidad**

Debido a que raras veces tratan de verificarse porque generalmente son transmitidos por amigos de confianza a los que no se suele cuestionar o porque ayudan a racionalizar o justificar las preocupaciones e inquietudes más básicas de las personas y cuando intentan confirmarse resulta dificultad identificar su procedencia.

### **2.1.2 .9 La Comunicación y la Visión**

***<http://www.monografias.com/trabajos11/gerencia/gerencia.shtml>, Fuenmayor, Katiuska.***-"Todo proceso organizacional se rige hacia el futuro por una visión, todo proceso organizacional se desarrolla a través de la comunicación, por lo tanto la comunicación y la visión son determinantes en la dirección y el futuro de la organización.

La comprensión de la visión es particularmente clave para el ejercicio de la comunicación gerencial y empresarial, pues integra una comunidad de visiones y pensamientos en torno a una visión particular.

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

### **2.1.3 Relaciones públicas**

Para entender con profusión las relaciones públicas acogemos la concepción extraída de la web [www.mitecnologico.com](http://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 mantengan 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.

### **2.1.3.1 Comunicación interna**

**KATZ, D. Y KHAN, R.:** Psicología social de las organizaciones. México: Trillas, 2001. “La comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general es tan vital para la organización como la comunicación interna. Entre ellas además debe existir una alta integración.

Aunque la comunicación externa quede vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa, etc. todos los miembros de la organización pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización. Cuando aumenta el sentimiento de pertenencia, cuando las personas se sienten identificadas con la organización y mejoran las relaciones laborales, transmiten una imagen positiva hacia fuera.

A la vez, la imagen que transmite la organización a la sociedad condicionará la satisfacción de ciertas necesidades de status y prestigio de sus empleados.

Cuando la persona trabaja en una empresa sólida, importante, preocupada por los problemas sociales y que transmite una buena imagen social; en cierta medida se siente también realizada en su consideración social, incrementándose asimismo su sentimiento de pertenencia.

Por consiguiente, estamos ante dos sistemas de comunicación (interna y externa) interdependientes y que es necesario gestionar de una manera coordinada. Sin embargo, las estrategias de innovación en las empresas suelen recaer preferentemente en la comunicación externa, antes que en la interna.

Se da mucha importancia a la ropa externa, a la que se ve, a la que la gente puede valorar, olvidando en ocasiones que el éxito de que una ropa externa sienta bien reside en la calidad y el diseño de la ropa interior”

#### **2.1.3.2 Comunicación externa**

En una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios.



### 2.1.4 Información

Es un conjunto de mecanismos que le permiten a un sujeto retomar los datos del medio ambiente para estructurarlos de una manera específica con el objeto de que le sirvan como guía de acción.

**CUADRO No. 1 DIFERENCIA ENTRE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN**

<b>COMUNICACIÓN</b>	<b>INFORMACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Es un fenómeno específicamente humano</li><li>✓ Conlleva relaciones dialógicas</li><li>✓ Se da entre iguales</li><li>✓ Implica relaciones simétricas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Implica diferentes relaciones humanas</li><li>✓ Conlleva relaciones unilaterales</li><li>✓ Institucionaliza al emisor</li><li>✓ Implica la imposición de una determinada visión del mundo por lo que rechaza proposiciones críticas</li></ul>

ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: Internet

La comunicación es importante porque le permite al ser humano formar grupos, coordinar actividades dentro de esos grupos formar adjetivos dar a conocer costumbres, leyes y formas con el objeto de formar una cultura y posteriormente compartirla con otros.

### **2.1.5 Institución**

La estructura social está integrada por instituciones y órdenes institucionales de muchos tipos diferentes tales como el económico, político, militar, familiar, religioso, etc. así como por sus articulaciones e interacciones.

Una institución es una estructura jurídico – administrativa, en donde se establecen pautas para su funcionamiento regular. De la misma manera 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. Es una manera ideal de organizar la estructura del aparato social.

#### **2.1.5.1 Instituciones privadas**

Son todas aquellas que pertenecen en propiedad a sectores no gubernamentales. Generalmente son lucrativas; es decir tienen como fin principal el generar para sus propietarios beneficios económicos. No obstante existen también instituciones privadas no lucrativas que son creadas con fines sociales, educativos, humanitarios, políticos, etc.

### **2.1.5.2 Instituciones públicas**

Son aquellas que pertenecen al estado y son administradas por el gobierno. Se caracterizan por el ejercicio de las actividades que el gobierno requiere realizar para la gestión del bien común. Cada institución realiza funciones diversas que la llevan a alcanzar objetivos propios. Estos objetivos varían según la razón por la que cada institución fue creada. Sin embargo, independientemente de los objetivos propios que cada una persigue, esta meta se identifica a nivel de cada país con el concepto de desarrollo nacional.

### **2.1.5.3. Organización**

Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización sólo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común.

Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico. Las Organizaciones son el objeto de estudio de la Ciencia de la Administración, a su vez de otras disciplinas como la Sociología, la Economía y la Psicología.

### 2.1.6 Modelo

Para poder hacer una comparación entre los diversos modelos de comunicación es importante hacer una explicación previa de lo que significa hacer un modelo.

Un modelo es “una representación o idealización previa” a la realización de una teoría o construcción a grandes escalas. Los elementos principales de un modelo según Alsina son:

- ✓ Los modelos son construcciones realizadas por el investigador. Es decir, son una construcción teórico - hipotética de la realidad. Por lo tanto los modelos son postulados de interpretación del mundo.
- ✓ Un modelo pretende representar la realidad descrita. Pero describe esta realidad simplificándola y dando una imagen sintética sin tomar en cuenta todas las variables, sólo toman en cuenta las variables más importantes.
- ✓ Los modelos son un conjunto de enunciados teóricos que sirven para interpretar los fenómenos estudiados, a su vez la estructura de los modelos debe contener ciertos elementos para que los modelos sean funcionales en la investigación de problemáticas previamente planteadas, tales como, un grupo de conceptos, definidos nominalmente, que corresponden a partes de un tipo específico de fenómenos empíricos, originados en la experiencia, pero reducidos hasta que sean relativamente inequívocos y precisos.

### 2.1.6.1 Elementos de la comunicación

El origen primario de la información de la cual el emisor selecciona aquella que considera importante para estructurar el mensaje que va a transmitir.

**EMISOR.**-Es la persona que tiene una información, necesidad o deseo, así como un propósito para comunicar a otra persona o a varias.

**MENSAJE.**-La información total que el emisor a codificado con el objeto de ser transmitida por medio del habla, gestos, escrita, movimientos corporales, etc., y la cual va a ser captada por el receptor.

**CANAL.**- El medio formal de comunicación entre un emisor y un receptor

**DECODIFICAR.**- Implica la interpretación del mensaje enviado por el emisor.

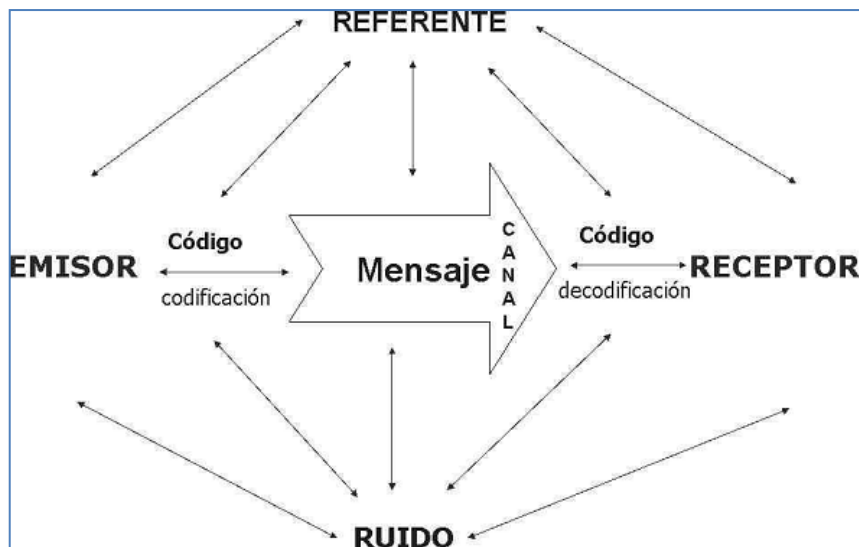
**RECEPTOR.**- Aquella persona la cual recibe el mensaje del emisor con el objeto de volver a cambio otra información que lo convierte en un emisor dando origen al proceso denominado retroalimentación.

El proceso de comunicación antropológicamente hablando se da en 3 etapas:

- La primera fue tal vez la *era de los signos y señales* con antepasados que ni siquiera caminaban erguidos (los prehomínidos o vida protohumana).
- La segunda fue la *era del habla y el lenguaje* con el hombre de CroMagnon, que ya tenía una comunicación muy cercana a la actual.

- Por último la era de *los medios de comunicación de masas* donde no sólo se transmite lenguaje a grandes cantidades de individuos, sino que se personaliza el lenguaje y se provoca un proceso de individualización de masas.

## GRÁFICO No. 2 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: [www.tesis.com](http://www.tesis.com)

## 2.2.- Posicionamiento Teórico Personal

La organización remite a tres significaciones: al acto de organizar, al resultado de ese acto y al conjunto organizado. Por lo tanto, se refiere, al igual que en la primer definición citada, a un conjunto o grupo de personas que se ha conformado con el propósito de alcanzar un fin común (conjunto organizado). Al organizar (acto de organizar) se realiza un proceso de estructuración que permitirá obtener en el grupo mayor cohesión y de esa forma concretar sus objetivos (el resultado de esa

acción). Para obtener esa cohesión, toda organización necesita de cierto “orden”, el cual es aportado por la estructura.

Las organizaciones, en su actuar, generan procesos comunicacionales con diferentes públicos, internos y externos. Este trabajo pretende analizar esos procesos en los públicos internos.

Las personas que constituyen estos públicos se ubican físicamente en el interior de las instituciones, y están directamente vinculados con ellas, constituyéndolas, a modo de componentes individuales (Muriel y Rota, 1.980). Entre estos públicos y la institución se genera un grado muy importante de dependencia: la institución requiere a los públicos para cumplimentar sus objetivos y, en un sentido básico, para subsistir como sistema.

La práctica de la comunicación interna implica la planificación de ésta, a partir de una investigación en la institución para conocer los instrumentos en los que se concreta, sus políticas y objetivos y para tomar contacto con y conocimiento de las necesidades de su público interno.

La comunicación se dibuja como un recurso de vital importancia para el funcionamiento de la organización. Sin embargo en la realidad empresarial se le ha concedido una atención muchas veces insuficiente y se ha entendido de modo distinto el concepto de comunicación, el proceso y los contenidos de lo que se debe comunicar.

La gestión de este recurso debe tener como objetivo básico, cubrir las necesidades de comunicación de los distintos actores de la organización y de su entorno más inmediato. El éxito exige, como punto de partida, lograr un cambio de valores y de cultura organizativa que predisponga a comunicarse.

### **2.3.- Glosario de Términos**

**Objetivo:** Elemento programático que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a la misión, tratándose de una organización, o a los propósitos institucionales.

**Planificar:** Es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado.

**Comunicación:** Es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos los cuales intervienen en una interacción.

**Deficiente:** Que tiene algún defecto o imperfección.

**Comunicación Interna:** El papel que hoy juegan las comunicaciones dentro de nuestra sociedad, se ha convertido en un sistema dinámico, ya que en todo momento la comunicación fluya.

**Comunicación Externa:** La comunicación externa es la transmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto.

**Organizar:** Planificar o estructurar la realización de algo, distribuyendo convenientemente los medios materiales y personales con los que se cuentan y asignándoles funciones determinadas.



**Ejecutar:** Hacer, realizar una cosa.

**Actividades:** Definición de Actividad: Conjunto de fenómenos que manifiestan vida, movimiento o funcionamiento.

**Promoción:** Propagación de algo, especialmente de un conocimiento o de una noticia.

**Publicidad:** Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional

**Propaganda:** En un sentido general, es una importante herramienta de la promoción que sirve para dar a conocer, por una parte, doctrinas, ideas y puntos de vista; y por otra, información referente a una organización, sus productos, servicios y/o políticas. Todo ello, con la finalidad de atraer adeptos o compradores.

**Información:** Es un conjunto organizado de datos, que constituye un mensaje sobre un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su uso racional es la base del conocimiento.

**Capacitado:** La definición de capacitar es "hacer a alguien apto, habilitarlo para algo", lo cual trasciende simplemente enseñar algo. Esto es no basta con decir las cosas. El capacitador debe implementar Hacer uno la tarea, el trabajo o el papel a que ha sido destinado u obligado: «Se desempeñó lo mejor que pudo»

**Dirección:** Esta etapa del Proceso Administrativo llamada también ejecución, comando o liderazgo, es una función de tal trascendencia que

algunos autores consideran que la administración y la dirección son una misma cosa.

**Social:** Es aquello perteneciente o relativo a la sociedad. Recordemos que se entiende por sociedad al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad.

**Herramientas:** Las herramientas se diseñan y fabrican para cumplir uno o más propósitos específicos, por lo que son artefactos con una función técnica.

**Cámara fotográfica:** Una cámara fotográfica cámara de fotos es un dispositivo utilizado para capturar imágenes o fotografías. Es un mecanismo antiguo para proyectar imágenes en el objeto, en el que una habitación entera desempeñaba las mismas funciones que una cámara fotográfica actual por dentro.

**Videograbadora:** Una videograbadora, videocasetera, vídeo, videocasete o VCR (acrónimo del inglés video casethrecorder) es un tipo de magnetos de uso doméstico, que utiliza una videocinta extraíble que contiene una cinta magnética para grabar audio y video de una señal de televisión de modo que pueda ser reproducido posteriormente. Muchos VCR poseen su propio sintonizador (para la recepción directa de la TV) y un temporizador programable (que permiten grabar cierto canal a una hora en particular).

**Boletines:** Un boletín informativo es una publicación distribuida de forma regular, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores. Muchos boletines son publicados por clubes, sociedades, asociaciones y negocios, particularmente compañías, para proporcionar información de interés a sus miembros o empleados.

**Producción:** En términos generales, la palabra producción refiere a la acción de producir, a la cosa ya producida, al modo de producirla y a la suma de los productos, tanto del suelo como de la industria.

**Audiovisual:** Es un tipo de presentación por medio de un proyector y diapositivas. El audiovisual es una "ayuda visual" la forma más simple de utilizar una imagen en una pantalla es como ilustración de un texto emitido verbalmente por un presentador.

**Fotografía:** Es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

**Planteamiento:** La acción y efecto de plantear se conoce como planteamiento. El verbo plantear refiere a proponer, exponer o suscitar un tema, una duda o un problema; poner en ejecución una reforma o un sistema; o enfocar la solución de un problema, aunque no se llegue a obtenerla.

**Problema:** La filosofía establece que un problema es algo que perturba la paz y la armonía de quien o quienes lo tienen.

#### **2.4.- Subproblemas, Interrogantes, Supuestos Implícitos**

1. ¿El Municipio de Urcuqui cuenta con modelos de comunicación organizacional?
2. ¿Las instituciones públicas como por ejemplo los Municipios trabajaran con modelos de comunicación organizacional?
3. ¿Identificar la diferencia conceptual existente entre comunicación institucional, relaciones públicas y comunicación organizacional?

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1.- Tipo de Investigación

**Aplicativa.-** Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la encuesta y una guía de entrevista, la información obtenida fue procesada contabilizando las alternativas que conforman cada interrogante, para poder desarrollar nuestra propuesta.

**De Campo.-** Fue una investigación directa porque se acudió al Municipio de Urcuqui, en la cual se empleó la técnica de la observación obteniendo así información suficiente sobre el desempeño de las actividades que realizan los funcionarios diariamente.

**Bibliográfica.-** Se aplicó este tipo de investigación ya que a través de la misma se pudo recolectar información que sustenta las bases teóricas, lo que nos permitió obtener datos originales de diferentes fuentes para poder establecer comparaciones y llegar a un análisis de resultados más confiables.

**De Acción.-** Con la reestructuración de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Municipio de Urcuqui se va a producir cambios en la mentalidad de las autoridades y funcionarios, incentivando al cumplimiento del reglamento interno.

**Explicativa.-** Detallamos los componentes de los parámetros establecidos en la institución lo que nos permitió interrelacionar métodos de análisis mediante el criterio personal para la formulación del presente proyecto.

**Descriptiva.-** Para la aplicación de esta investigación, se tomará en cuenta toda la información requerida sobre las funciones de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Municipio de Urcuquí y desglosar aspectos de la propuesta, mediante el método de análisis.

### **3.2 Métodos**

La presente investigación tiene la finalidad de dar alternativas de solución a la problemática actual de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Municipio de Urcuquí, para su ejecución y desarrollo se utilizó los siguientes métodos.

**Histórico – Lógico.-** Como parte de la metodología descriptiva necesaria para identificar la relación cronológica de la vida institucional del Municipio de Urcuquí, hasta el tiempo actual.

**Sistémico.-** A partir de la formulación del objetivo de nuestra investigación, se recogen datos según un plan preestablecido que, una vez analizados e interpretados, se modificará o añadirá nuevos conocimientos a los ya existentes, iniciándose entonces un nuevo ciclo de investigación y de esta manera realizar el diseño de un sistema de control interno.

**Inductivo – Deductivo.-** Este método de investigación va de lo particular a lo general, y en nuestro proyecto se aplicó en la elaboración del árbol

de problemas, en el marco teórico, lo cual nos ayudó para la elaboración de la propuesta.

**Analítico – Sintético.-** Este método se utilizó en el análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a los funcionarios y en la entrevista que se les realizó a las autoridades de la institución, el cual nos ayudó en el desarrollo del marco propositivo.

### **3.3 Técnicas.-**

**La observación.-**Fue aplicada cuando fuimos a conocer donde está ubicada la institución, también en el momento que aplicamos la encuesta y la entrevista, lo que nos permitió obtener información objetiva, constituyéndose en la manera más directa y abierta de determinar la situación actual de la institución.

**Encuesta.-** Se aplicó a todos los funcionarios de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación, permitiéndonos obtener datos que nos ayudó a determinar que es imprescindible la reestructuración, para mejorar los procesos de la comunicación organizacional en el Gobierno Municipal de San Miguel de Urcuquí.

**Entrevista.-**Se aplicó a las autoridades de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación lo que nos permitió obtener información acerca de la necesidad de la reestructuración de la misma.

### **3.4 Instrumentos**

**Cuestionario.-** Se formuló preguntas que nos permitió conocer la opinión de los encuestados de una manera ordenada y consecutiva de las funciones que desempeñan.

**Guía de Entrevista.-** Este instrumento de investigación nos permitió conocer la situación actual de la institución de manera directa, la misma que fue aplicada al Cap. Nelson Félix Navarrete, Alcalde del Municipio de San Miguel de Urcuquí, y al Lic. Luis Aceldo, Director de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación, obteniendo una visión clara sobre los requerimientos de institución para la elaboración de nuestra propuesta.

**Medios Tecnológicos.-** Mediante estos recursos se logró captar imágenes, información de la entrevista y otros datos requeridos para la investigación que nos ayudó en el desarrollo del mismo.

### **3.5 Población y Muestra**

#### **3.5.1 Población**

Se estableció una población de 75 personas que laboran en Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí como público interno para aplicar la encuesta la cual se enfoca en la importancia de la elaboración de modelos de gestión en la comunicación organizacional, que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de los objetivos institucionales. Como el número de personas es reducido no se realizó el cálculo de la muestra. La población no es mayor a 100 se realizó una segmentación en, empleados, directivos, autoridades.

En comunicación externa se aplicó las encuestas a los presidentes de las Juntas Parroquiales, líderes políticos, autoridades eclesiásticas, presidentes de los barrios, clubes deportivos, rectores de los colegios y directores de las escuelas, se realizó a este segmento de personas representativas del cantón Urcuqui que tienen liderazgo y poder de decisión en ciertas áreas en donde es importante y fundamental mantener una adecuada comunicación externa en el Cantón Urcuqui.

### **3.5.2 Cálculo de la muestra**

El número de personas encuestadas es reducido no se realizó el cálculo de la muestra.



## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### ENCUESTA A NIVEL INTERNO

1. ¿Marque con una X si es positivo o negativo realizar un programa radial con informe de actividades del Alcalde del Cantón Urcuqui?

**CUADRO No. 2** Positivo o Negativo realizar un Programa con informe de actividades del Alcalde.

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
POSITIVO	25	83
NEGATIVO	5	17
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 3**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel interno

#### **ANÁLISIS:**

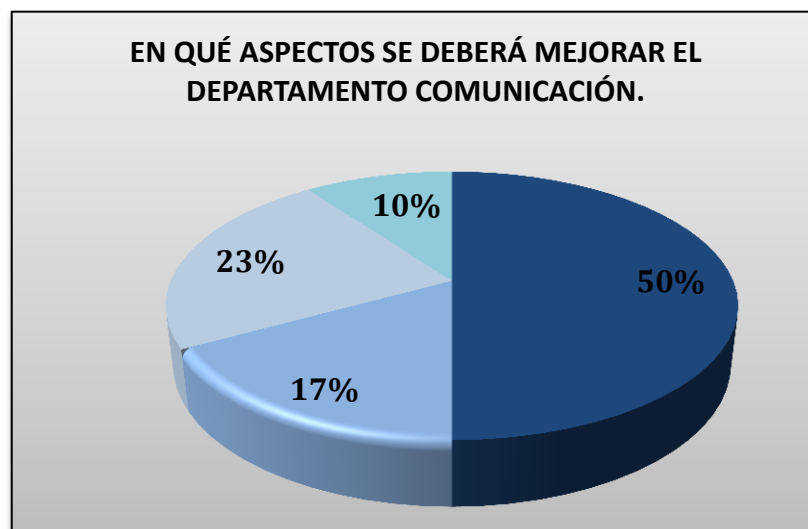
De acuerdo a la encuesta aplicada a los funcionarios del Municipio de Urcuqui, manifestaron que si es positivo realizar un programa radial con informe de actividades del Alcalde y comunicar a la ciudadanía sobre proyectos importantes.

2. ¿En qué aspectos se deberá mejorar el departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuqui?

**CUADRO No.3** En qué aspectos se deberá Mejorar el Departamento Comunicación.

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
CONTENIDOS	15	50
RESPONSABILIDAD Y ETICA	5	17
PROFESIONALIZACIÓN	7	23
IMAGEN	3	10
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 4**



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: Encuesta a nivel interno

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados de la encuesta el aspecto en el que se debería mejorar dentro del departamento de Comunicación Social es en los contenidos.

3. ¿Cree Ud. que la comunicación interna es un factor importante dentro del Municipio de Urcuqui?

**CUADRO No.4** Cree Ud. que la Comunicación Interna es Importante en el Municipio de Urcuqui

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	27	90
NO	3	10
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 5**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel interno

### **ANÁLISIS:**

El 100% de las personas encuestadas manifestaron que dentro del Municipio de Urcuqui es importante el Departamento de Comunicación lo cual si necesita cambios.

4. ¿Considera Ud. que la nueva ley de comunicación incidirá en el trabajo del departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuquí?

**CUADRO No 5** La Ley de Comunicación incidirá en el trabajo del Departamento de Comunicación.

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	20	67
NO	10	33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.6**



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: Encuesta a nivel interno

### **ANÁLISIS:**

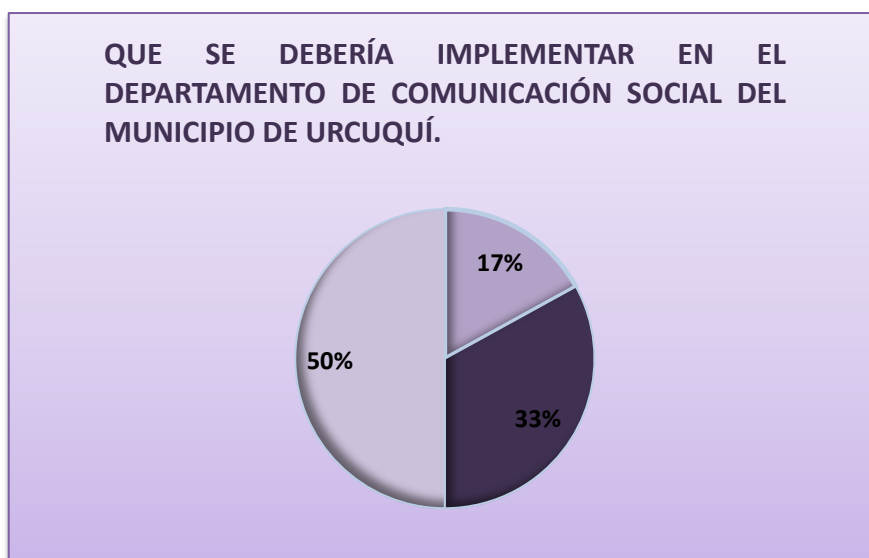
El 67% de las personas que se les aplicó la encuesta manifiestan que sí incidirá la nueva ley de Comunicación Social en el Departamento de Comunicación del Municipio de Urcuquí.

5. ¿Según Ud. que se debería implementar en el departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuquí?

**CUADRO No.6** Que se Debería Implementar en el departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuquí.

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
RECURSO HUMANO	5	17
RECURSO TECNOLOGICO	10	33
CAPACITACIÓN	15	50
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.7**



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: Encuesta a nivel interno

**ANÁLISIS:**

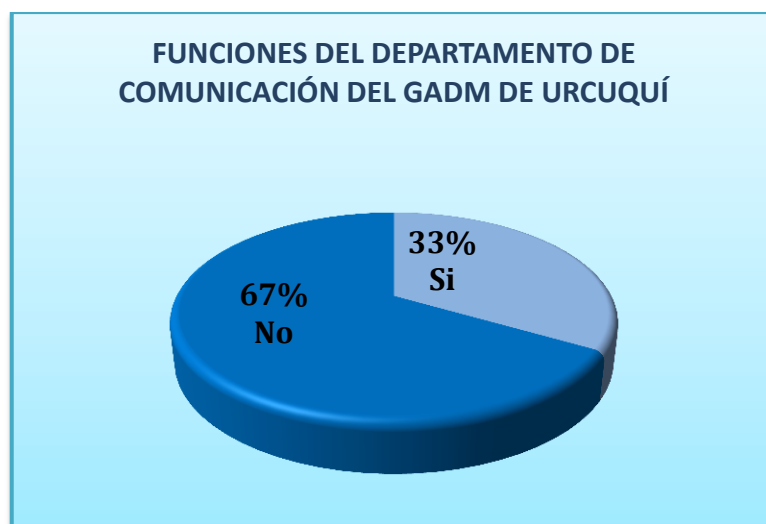
De acuerdo a los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los funcionarios del Municipio de Urcuquí, el Departamento de Comunicación Social necesita capacitación al personal que lo integra.

**6. ¿Sabe usted las funciones del departamento de Comunicación Social?**

**CUADRO No.7** Sabe usted las Funciones del Departamento de Comunicación Social

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	10	33
NO	20	67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 8**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel interno

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a las personas encuestadas manifestaron que desconocen las funciones que realiza el Departamento de Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí.

7. ¿Cree que es necesario los elementos de la comunicación interna en el departamento de comunicación social del GADM de Urcuquí?

**CUADRO No.8** Cree que es necesario los Elementos de la Comunicación Interna

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
IMPRESINDIBLE	8	80
NECESARIO	2	20
NO ES NECESARIO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 9**



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: Encuesta a nivel interno

### ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí manifestaron que es imprescindible la correcta utilización de los elementos de la comunicación en la institución.

8. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se brinde capacitación sobre comunicación organizacional para mejorar la comunicación interna en la Institución?

**CUADRO No.9** Con qué Frecuencia le gustaría que se brinde Capacitación sobre Comunicación Organizacional.

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
MENSUAL	5	17
TRIMESTRAL	6	20
SEMESTRAL	15	50
ANUAL	4	13
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.10**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel interno

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados obtenidos los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí manifestaron que les gustaría recibir capacitación sobre Comunicación Organizacional dos veces en el año.

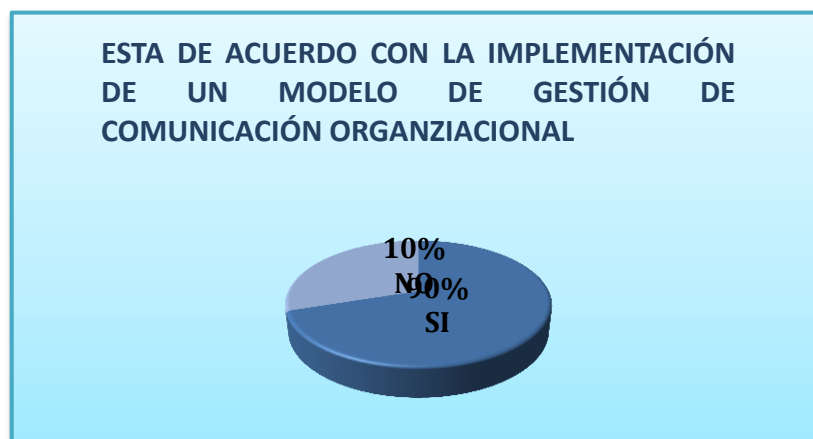


9. ¿Está de acuerdo con el diseño de un modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales?

**CUADRO No.10** Está de Acuerdo con el Diseño de un Modelo de Gestión de Comunicación Organizacional

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	27	90
NO	3	10
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.11**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel interno

### **ANÁLISIS:**

El 90% de las personas encuestadas manifestaron que es necesario el diseño de un modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales en el Departamento de Comunicación Social del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí.

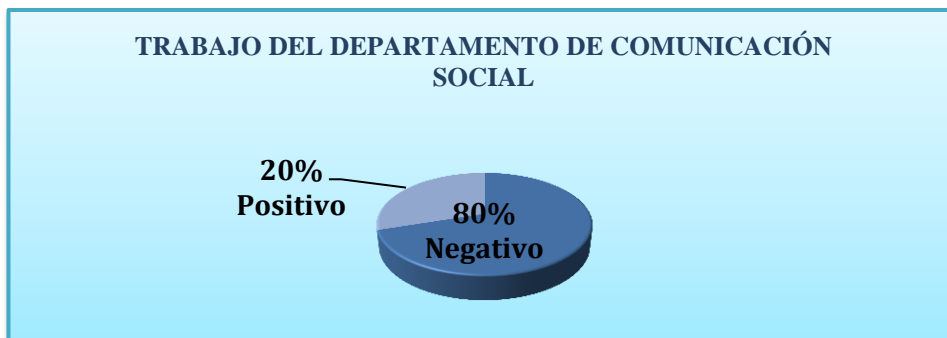
## ENCUESTA A NIVEL EXTERNO

1. ¿Marque con una X si es positivo o negativo el trabajo de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Gobierno Municipal de Urcuquí?

**CUADRO No.11** Marque con una X si es Positivo o Negativo el Trabajo de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Gobierno Municipal de Urcuquí

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
POSITIVO	6	20
NEGATIVO	24	80
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.12**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel externo

### **ANÁLISIS:**

De acuerdo a la encuesta aplicada a la ciudadanía del cantón Urcuquí, manifestaron que es negativo el trabajo que lo realiza la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Gobierno Municipal de Urcuquí, tiene algunos aspectos que deberían cambiar.

2. ¿En qué aspectos deberá mejorar la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Gobierno Municipal de Urcuquí?

**CUADRO No.12** En que aspectos deberá mejorar Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Gobierno Municipal de Urcuquí

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
CONTENIDOS	15	50
RESPONSABILIDAD Y ETICA	5	17
PROFESIONALIZACIÓN	7	23
IMAGEN	3	10
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.13**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel interno

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta la ciudadanía manifiesta que se debería mejorar en contenidos.

3. ¿Cree usted que en el Cantón Urcuquí se están perdiendo las tradiciones culturales por la no difusión por parte del GADM de Urcuquí?

**CUADRO No.13** Se Están Perdiendo las Tradiciones Culturales

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	24	80
NO	6	20
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.14**



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: Encuesta a nivel interno

### **ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados obtenidos el 80% de las personas encuestadas manifestaron que si se están perdiendo las tradiciones por falta de difusión y empleo de los elementos de comunicación por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí.

4. ¿Conoce usted la situación actual de las tradiciones culturales del cantón y sus alrededores?

**CUADRO No.14** Conoce Usted la Situación Actual de las Tradiciones Culturales

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	10	33
NO	20	67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.15** Conoce Usted la Situación Actual de las Tradiciones Culturales



ELABORADO POR: Stalin Rodríguez

FUENTE: Encuesta a nivel interno

**ANÁLISIS:**

El 67% de las personas encuestadas manifestaron que no conocen la situación actual de las tradiciones culturales en el Cantón Urcuquí.

5. ¿Cree usted que es importante implementar un Call Center para sugerencias o inquietudes en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí.?

**CUADRO No.15** Cree Usted que es Importante Implementar un Call Center

PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	28	93
NO	2	7
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.16**



**ELABORADO POR:** Stalin Rodríguez

**FUENTE:** Encuesta a nivel interno

### **ANÁLISIS:**

El 93% de las personas encuestadas están de acuerdo que se implemente un Call Center en el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí con la finalidad de despejar alguna duda.

## **CAPÍTULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

1.- Los medios de comunicación masiva han intervenido activamente en los procesos de transformación social, principalmente al momento de implantar estilos de vida; es por ello que procesos de modernización o globalización han tenido tanto éxito como son las redes sociales.

2.- Mediante la observación se determino que en el Departamento de Comunicación Social del GADM de Urququi no invierten el presupuesto anual asignado para la difusión, elaboración de publicidad a favor del cantón.

3.- El diseño de modelos de gestión en la comunicación organizacional en el GADM de Urququi, que dinamice más que un proceso, es un fin que se lo consigue con colaboración, planificación y un eficiente control por parte de los llamados a supervisar su aplicación.

5.- La no utilización de algunas de las herramientas de comunicación hace que la ciudadanía no tenga información de las obras o gestiones que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Urququi en beneficio del cantón.

6.- En el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Urququi hay una deficiencia en la utilización de modelos de gestión de comunicación. Además es importante coordinar permanentemente con Yachay la

universidad del conocimiento que se edificara en el Cantón Urcuqui y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Urcuqui con la finalidad de informar oportunamente a la ciudadanía local, nacional e internacional sobre el complejo académico que contará con cinco áreas de estudio acordes con el siglo XXI y las necesidades insatisfechas del país como son: nanotecnología, energía renovable, microbiología, ciencias de la vida y nuevas tecnologías de la información.

## **5.2. Recomendaciones**

**1.-**Recomendamos al departamento de comunicación y cultura que se utilice adecuadamente las respectivas herramientas de comunicación por lo que se debe sacar provecho e implementarlas para el desarrollo del Cantón Urcuquí.

**2.-** Utilizar de la mejor forma el presupuesto asignado al departamento de Comunicación Social realizando afiches, folletos con datos informativos del Cantón y de esta manera promocionar lugares turísticos, gestión del Sr. Alcalde y obras inauguradas.

**3.-** Es importante realizar una vez a la semana un programa radial con el informe de actividades del Sr. Alcalde y los logros alcanzados en su gestión.

**4.-** El cantón Urcuquí tiene un prestigio ganado por los lugares turísticos que posee por lo tanto se debe aprovechar y utilizar los elementos de comunicación para realizar turismo en el Cantón.

**5.-** Con la presente investigación se quiere cambiar los modelos de comunicación actuales con la finalidad de brindar un servicio de calidad a la ciudadanía, sobre todo que esté informada en temas de actualidad acerca del Cantón Urcuqui



**6.-** Recomendamos utilizar el presente diseño de modelos de gestión en la comunicación organizacional, que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de los objetivos institucionales del Municipio de Urcuquí con la finalidad de informar sobre esta obra Yachay La Universidad del Conocimiento que permitirá al país insertarse en el contexto mundial.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ALTERNATIVA

#### 6.1 Título de la Propuesta

“Diseño de modelo de gestión en la comunicación organizacional, que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de los objetivos institucionales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí durante el año 2012”.

#### 6.2 Justificación e Importancia

Con la evolución de la comunicación las instituciones públicas o privadas hace algunos años atrás no se preocupaban por transmitir a sus clientes y empleados una visión integral de lo que era la institución, de su desarrollo, historia, cultura, misión, etc. y esto presentaba algunos inconvenientes, puesto que la institución no se proyectaba hacia el exterior. Ahora, todas las instituciones públicas o privadas buscan, además de colocar sus productos o servicios en el mercado, crear una imagen integral que pueda ser transmitida a su público meta y al público en general, además de ser transmitida también hacia los funcionarios y toda la gente que en ella labora.

En la actualidad las instituciones se preocupan por crear una identidad corporativa, ayudados por estrategias de identificación institucional que les remunere algún beneficio: ya sea vender más productos o simplemente posicionarse en la mente de los consumidores, por esta razón es importante el diseño de un modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales.

### **6.3 Fundamentación**

La comunicación ha jugado un papel fundamental en la vida de los seres humanos, por lo que siempre ha estado presente en el progreso de la civilización. En sus inicios la comunicación humana se basaba en sonidos, señales, signos, sobre todo cuando el hombre pasó de ser nómada a sedentario. Así es como podemos ver cómo han ido perfeccionándose los medios y las formas para llegar a un mejor entendimiento en la sociedad.

Las investigaciones en el campo de la comunicación se iniciaron con el estudio de la comunicación de masas, posterior a Primera Guerra Mundial (1914-1918). Los modelos planteados fueron llamados “modelos de aguja hipodérmica”, o del tipo estímulo – respuesta (E –R), sin embargo, importantes figuras como Laswell y Lazarsfield, demostraron que entre el estímulo y la respuesta existía otro elemento crucial, de modo que se plantea al modelo E – O – R ( Estímulo – Organismo – Respuesta).

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sin duda nos ayudan a ello, aportan nuevas visiones y contactos y, sobre todo, son un desafío para nosotros realizar una reflexión colectiva, en la participación y en la búsqueda común y creativa de soluciones a los problemas cercanos y lejanos del mundo de esta manera interactuar con la comunidad del Cantón Urcuquí y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuqui.

La importancia de la educomunicación es educar, que el ciudadano sea solidario, crítico, se convierta en comunicador, pasando así de simple receptor pasivo a emisor activo. Todo ello para lograr democráticamente los cambios sociales necesarios.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 Objetivo general**

Diseñar un modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales. Propuesta alternativa a realizarse en el Municipio de Urcuqui.

### **6.4.2 Objetivos específicos**

- a.** Crear un documento teórico-práctico sobre los modelos de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos, de esta manera tener referencia para futuros trabajos de investigación sobre la comunicación organizacional.
- b.** Cooperar con las autoridades municipales para el bienestar de la ciudadanía, también compartir las experiencias adquiridas con los docentes, funcionarios del Municipio de Urcuquí.
- c.** Difundir la presente investigación, a través de diferentes formatos como: revistas, folletos informativos, de esta manera dar a conocer los resultados adquiridos de este trabajo.

## **6.5 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA**

La presente investigación se realizará de acuerdo a los objetivos planteados en los públicos: internos y externos. A nivel externo se trabaja con la población distribuida en el cantón San Miguel de Urcuquí de un total de 15.671 personas de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

A nivel interno la presente investigación se realizará con el personal de empleados y trabajadores del Gobierno Municipal de San Miguel de Urcuquí, en todos los niveles de la administración.

El Gobierno Municipal de San Miguel de Urcuquí, está ubicado en el cantón Urcuquí, en la calle Guzmán y Antonio Ante (esquina).

## **6.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

Modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales en el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí.

### **6.6.1 MISIÓN**

Enmarcado en el ámbito de las competencias, contribuir con políticas del buen vivir para toda la población, logrando para el año 2014, la universalización del acceso a los servicios básicos, impulsando procesos

de descentralización y desconcentración de gestión, así como revalorizando la atención a los grupos prioritarios dentro de una administración ágil y transparente acorde a la planificación local y nacional.

### **6.6.2 VISIÓN**

Ser un cantón democrático, participativo, incluyente, transparente, ecológico, equitativo, y solidario, que impulse el desarrollo humano, productivo y agroindustrial, mediante asesoría, transferencia de tecnología, y gestión, para acceder a nuevos mercados, que facilite y preste servicios públicos de calidad, construido e incluido en el contexto nacional y mundial.

### **6.6.3 POLÍTICAS**

- ✓ Organizar y ejecutar actividades de promoción, difusión, propaganda e información municipal.
- ✓ Promover la política institucional interna y proyectada a la opinión pública.
- ✓ Asesorar al Alcalde y supervisar los servicios de comunicación que se contrate.
- ✓ Realizar boletines informativos para los medios, producción audiovisual y fotografía.
- ✓ Elaborar campañas promocionales de las actividades municipales.
- ✓ Difundir actividades de relaciones públicas, conferencias simposios, etc.

- ✓ Monitorear las noticias respecto a las actividades de la municipalidad.
- ✓ Programar eventos oficiales de la municipalidad.
- ✓ Coordinar los actos sociales, culturales, deportivos. Y manejo del protocolo.

#### **6.6.4 VALORES**

- ✓ Estimular la conformación y desarrollo de grupos artísticos con valores histórico culturales.
- ✓ Fomentar la lectura, realizar promociones bibliográficas y propender la participación ciudadana en los programas culturales.
- ✓ Impulsar el valor de la puntualidad en todos los actos sociales, deportivos y culturales realizados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí

#### **6.6.5 Atribuciones y Responsabilidades del Departamento de comunicación del GAD Municipio de Urcuquí**

- Difundir los programas de actividades, proyectos y servicios que realiza el Gobierno Municipal a través de los medios de comunicación locales.
- Redactar boletines a los medios de comunicación con la información que se genera diariamente en el Gobierno Municipal.
- Publicar información de interés a la comunidad acerca de los servicios que prestan las dependencias del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí.

- Mantener enterados a los medios que cubren la fuente sobre los eventos de participación del Sr. Alcalde Municipal.
- Realizar agenda de medios para entrevistas con el Alcalde.
- Formar y resguardar el archivo de fotografías y videos de eventos municipales, condensados de prensa con las notas relevantes de la administración, y grabaciones de monitoreo de noticias del gobierno municipal.
- Diseñar tarjetería, invitaciones, volantes, trípticos o carteles donde se informe a la ciudadanía sobre campañas y proyectos del Municipio.
- Diseño y Manejo de la Página de Internet del Municipio.
- Recopilar información sobre avances y proyectos de los programas que realizan las direcciones de Gobierno para alimentar la página de Internet.
- Actualizar constantemente la información registrada en el portal de Internet del Gobierno Municipal.
- Colaborar con la subdirección de Eventos y Logística para coordinar eventos relevantes del Municipio.
- Coordinar la recepción de invitados distinguidos en los eventos del Municipio.
- Resguardar el directorio de funcionarios públicos y empresas particulares, así como actualizar sus datos conforme se realicen cambios.

#### **6.6.6 ACTIVIDADES**

- a) Generar una imagen corporativa a través de la utilización de herramientas de comunicación como son: gráfica, auditiva y visual, que sirva de referente para la rendición de cuentas mediante una adecuada comunicación interna y externa en el Cantón Urcuquí.



- b) Además se realizará la impresión de una revista municipal para las fiestas cantonales, cada mes se realizará folletos, trípticos, dípticos y hojas volantes con información relevante de las obras realizadas por el Sr. Alcalde.
- c) Implementar estrategias comunicacionales de corto, mediano y largo plazo para posicionar y difundir las decisiones, directrices y acciones de la política institucional.
- d) Administrar las relaciones públicas y la comunicación estratégica de la Institución con sus diferentes públicos internos y externos para apoyar la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de San Miguel de Urququí.

#### **6.6.7 COMUNICACIÓN INTERNA**



- a. **Notas Informativas.-** En el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urququí en cada departamento se colocarán notas informativas de difusión departamental por línea jerárquica con:

- Temas relacionados con la organización del trabajo.
- Son rápidas, precisas, adaptadas al destinatario, simultáneas y útiles como referentes para procedimientos funcionales.

### **NOTAS INFORMATIVAS**

Urcuquí, a 12 de mayo de 2012

Con motivo de la última reunión efectuada el pasado día 10 del presente, queremos poner en conocimiento del personal, así como a los trabajadores fijos y eventuales del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí, que queda definitivamente prohibido fumar en todas las instalaciones de la institución. Del mismo modo, se deberán guardar al menos 200 metros de distancia desde cualquiera de las 2 entradas externas. Tampoco se podrá fumar en las salas de espera ni en los vestíbulos exteriores.

- Cualquier desobediencia en esta nueva norma puede suponer la expulsión y la pérdida de trabajo de quien la realice.

Atentamente,

Cap. Nelson Félix Navarrete

**ALCALDE DE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ**

**Circulares.-** Como política se establecerá realizar circulares para generar conocimiento y para que haya constancia escrita.

- De fácil producción y de distribución instantánea.
- Es genérica, no puede personalizarse y no respeta jerarquías (privilegios).

**Una carta circular deber ser escrita basada en el siguiente formato:**

- Membrete.- Mencionar el nombre de la institución.
- Número de circular.- indicar el número asignado administrativamente.
- Asunto: texto corto donde se explica brevemente el motivo de la circular.
- Lugar y fecha de emisión de la circular.
- Remitente: mencionar quien envía la circular
- Destinatario: mencionar a quien se envía.
- Cuerpo: contenido de la circular
- Despedida.
- Firma indicando el nombre y cargo del destinatario.

**CIRCULAR N°: 013.**

**ASUNTO:** Reunión Extraordinaria.

**FECHA:** Urcuquí, 22 de Junio del 2012.

**DE:** Cap. Nelson Félix Navarrete

Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí

**A:** Señores concejales

Con motivo del aumento en el precio del combustible que se ha venido suscitando en las últimas semanas, se convoca a los señores concejales a una reunión extraordinaria, para tratar el tema de aumentos en el precio de los pasajes, dicha reunión será llevada a cabo en el salón de la asociación el día 25 de junio del 2012 a las 17 horas.

Se ruega asistencia puntual.

Atentamente,

Cap. Nelson Félix Navarrete  
**ALCALDE DE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ**

**Memorando.-** Documento administrativo, público y comercial, de formato pequeño y texto breve, utilizado en las comunicaciones internas de una entidad, familiarmente es llamado "**MEMO**". Se utilizará entre los diferentes departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel.

El memorando es una comunicación diplomática en la que se transmite un mensaje y puede ser:

- Una orden.
- Un mensaje.
- Un pedido.
- Un perdido.
- Una justificación.
- Una amonestación.
- Una información, etc.

**Se caracteriza por ser:**

- Un documento breve y directo.
- Funcional y práctico.
- Interno.
- Circula dentro de la institución.
- Sobre todo de acción inmediata.

**MEMORÁNDUM No. 050**

DE : Jhon Méndez Valderrama  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO PERSONAL.**

A : Edgar Pineda Sodi  
**JEFE DE UNIDAD.**

ASUNTO : Extracción de documentos.

FECHA : Urcuqui, 03 de Noviembre de 2012.

---

Por el presente le comunico que, a partir de la fecha, queda terminantemente prohibido extraer de las oficinas cualquier documento que esté bajo la administración y custodia de esta Dirección, por considerarlo de absoluta reserva.

Sírvase comunicar la presente disposición a todos los empleados de su unidad, y por cumplimiento de la misma deberá Ud., responder a la superioridad.

Atentamente,

.....

Jhon Méndez Valderrama  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO**

JMV/zpz.  
c.c. Archivo.

**d. Reuniones.-** Como política institucional se realizarán reuniones un día en cada mes ya que son útiles si no se abusa de su número y duración.


En su preparación hay que concretar:

- El objetivo
- Los asistentes
- Lugar y momento de su realización
- El tema o asuntos a tratar
- El orden del día
- Soportes audiovisuales previstos
- Análisis previo de posibles choques de intereses
- El tono a utilizar
- Necesidades de reuniones previas de preparación con algunos asistentes.
- Necesidades de registro (grabación) o acta de la reunión.

**e. Buzón de ideas.-** Se colocará en un lugar visible o de fácil acceso.

- Formularios disponibles con datos sobre la persona y la idea a desarrollar.
- Potencia el interés del personal por su trabajo.
- De gran ayuda en la comunicación ascendente.
- Facilita la introducción de mejoras en procesos de producción, organización o gestión.
- Debe ser parte del sistema normalizado de comunicación de la empresa.
- Debe ser difundido el nombre de la gente que colabora y premiada.

**CUADRO N° 16. FORMULARIO PARA EL BUZÓN DE IDEAS**

 <b>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE URCUQUÍ</b> <b>FORMULARIO PARA EL BUZÓN DE IDEAS</b>			
El ciudadano, servidor público interno o externo emite a través de este formulario una:			
<b>DENUNCIA</b>	<input type="checkbox"/>	<b>QUEJA</b>	<input type="checkbox"/>
<b>MOTIVO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MARQUE CON (X)</b>	
Mal trato	Trato descortés o falta de respeto.		
Servicio Inoportuno	Demora en los trámites o pérdida de documentos.		
Otros, describa			

ELABORADO POR: Stalin Rodríguez



**f. Redes Sociales.-** Cada día más las redes sociales tienen importancia, por lo que es un buen elemento de comunicación interna en el Municipio de Urcuquí. Se utilizará una red de uso interno no cerrada a otros usos exteriores.



- **FACEBOOK.-** Facebook / municipio.urcuqui
- **TWITTER.-** Twitter: @alcaldiaurcuqui

**GRÁFICO No. 17 FACEBOOK DEL GADM DE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ**



**Aporta:**

- Ahorro
- Eficacia organizativa y funcional

- Sustitución de otros medios
- Bidireccionalidad para canalizar las comunicaciones internas
- Permite:
  - El intercambio de información
  - Acceder de forma remota o local a información corporativa
  - La coordinación de proyectos comunes entre departamentos
  - La gestión de información reservada
  - La formación
  - La realización de encuestas y sondeos
  - La autogestión de la información
  - La difusión de informaciones

**g. Correo Electrónico Institucional.-** es otra de las vías de comunicación más eficientes que se implementará en el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguelde Urcuqui ya que es rápido y económico. Con la finalidad de comunicar cualquier información por este medio.

**Correo electrónico: [gmu.comunicacion.social@gmail.com](mailto:gmu.comunicacion.social@gmail.com)**

**h. Página web corporativa.-**Se diseñó la página web corporativa en donde aparecerá la información más relevante del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí como por ejemplo inauguración de obras, firma de convenios, noticias de interés, etc. es por este medio en donde se producirá el mayor nivel de comunicación externa de la institución.

**[www.municipiourcuqui.gob.ec/](http://www.municipiourcuqui.gob.ec/)**

## GRÁFICO No. 18 PÁGINA WEB DEL GADM DE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ



**i. Blog corporativo.-** Se realizó este elemento importante del internet para ofrecer un plan de comunicación externa e interna. Los empleados y público en general pueden informarse sobre cuestiones inherentes del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí. Se publicará reportajes de interés, ya que es un elemento informativo más que promocional, como por ejemplo noticias del cantón, etc.

**j. Manejando la imagen corporativa utilizaremos el slogan:**

Es importante diseñar un logo que tenga un impacto visual con colores llamativos referentes al Cantón de Urcuqui.

Como podemos observar hemos tomado los colores de la bandera del cantón que además tienen un significado verde la naturaleza, celeste vida energía, amarillo el sol, el azul resplandor.

➤ **DISEÑO DE HOJAS PARA OFICIOS**

De esta manera también se aplicará en el departamento de comunicación del Municipio de Urcuquí, boletines de prensa, folletos, dípticos, cartas.

**GRÁFICO No.19 LOGO DEL GADM DE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ**



### **6.6.7 COMUNICACIÓN EXTERNA**

Se realiza los convenios interinstitucionales de propaganda con los medios de comunicación ya que esto permite abaratar costos y ayuda a difundir todas las actividades de la institución, existen convenios también con universidades.

A continuación detallamos la matriz de estos convenios interinstitucionales.

#### **CONVENIO INTERINSTITUCIONAL ENTRE MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE URCUQUI Y DIARIO LA HORA**

**PRIMERA:** Antecedentes

**SEGUNDA:** Objeto

**TERCERA:** Obligaciones de las partes

**OBLIGACIONES DEL MUNICIPIO DE URCUQUÍ**

**OBLIGACIONES DE DIARIO LA HORA**

**CUARTA.-** Tiempo de vigencia del convenio

**SEXTA.-** En caso de controversia

**b.- Call Center:** Es un departamento dentro del Municipio de Urcuqui que se encargará de la comunicación. Algunas de las relaciones que se pueden establecer mediante este medio son: las relaciones con el usuario y el cliente.

**c.- Redes sociales.-** Cada día más las redes sociales tienen importancia, por lo que es un buen elemento de comunicación interna en el Municipio de San Miguel de Urcuquí.

### GRÁFICO No. 20 REDES SOCIALES



- **Facebook:** [municipio.urcuqui](http://municipio.urcuqui)
- **Twitter:** [@alcaldiaurcuqui](https://twitter.com/alcaldiaurcuqui)
- **Página web:** [www.municipiourcuqui.gob.ec](http://www.municipiourcuqui.gob.ec)

**Infomóvil:** Es una unidad rodante de atención al público, que se desplazará llevando información de la institución y entablando relaciones comunicacionales más directas con los clientes. Recopilando información muy importante para la empresa.

**Oficina Comercial Virtual:** es un servicio interactivo en entorno web donde el usuario puede acceder a información e incluso puede efectuar consultas a través del correo electrónico.

La aplicación de estas tendencias de la comunicación externa depende de la decisión de los directivos de la empresa y de que le den la debida importancia.

## **OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Determinar la percepción que tienen los habitantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urcuquí en relación a la gestión adelantada por el Señor Alcalde Municipal Cap. Nelson Félix Navarrete, que sirva de retroalimentación que permita tomar acciones que contribuyan a la mejora continua en la satisfacción de sus necesidades.

Es una comunicación ascendente, metódica, periódica y puntual.

Puede ser:

- Entrevista directa
- Observación (muy objetiva)
- Cuestionario
- Sondeo muestral

## MODELO DE LA ENCUESTA A APLICARSE A LA CIUDADANIA DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÌ

### CUADRO N° 16 MODELO DE LA ENCUESTA

#### DATOS PERSONALES:

**Género:** F..... M.....

**Edad:** .....

**Ocupación:**.....

Señale con una x el recuadro que corresponda a su percepción de satisfacción: Siendo los límites **1 Nada Satisfactorio** y **5 Totalmente Satisfactorio**.

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	El acceso a la Oficina de atención al ciudadano es adecuado.	1	2	3	4	5
2	Le parece útil y satisfactorio el sistema de turnos para la organización de la espera.	1	2	3	4	5
3	El trato recibido por el personal de la oficina ha sido de su agrado.	1	2	3	4	5
4	Ha existido claridad en la información facilitada por los empleados del Gobierno Municipal	1	2	3	4	5
5	Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto a la realización del trámite en el Gobierno Municipal	1	2	3	4	5
6	El tiempo de espera en la oficina ha sido adecuado.	1	2	3	4	5
7	La Oficina de Atención al Ciudadano ha mejorado su relación con el Gobierno Municipal	1	2	3	4	5
8	Sí ha finalizado su gestión, ¿cuál es su nivel de satisfacción con la resolución y la gestión en el departamento competente en el Gobierno Municipal?	1	2	3	4	5
9	Conoce el buzón de sugerencias del Gobierno Municipal para hacer llegar al Ayuntamiento sus iniciativas y quejas.				SI	NO
10	Ha accedido a la Web Municipal <a href="http://www.municipiourcuqui.gob.ec">www.municipiourcuqui.gob.ec</a>				SI	NO



12	<p>¿Señale cuáles son los medios más habituales por los que recibe información o noticias de las actuaciones del <a href="http://www.municipiourcuqui.gob.ec">www.municipiourcuqui.gob.ec</a>?</p> <p>Revista Municipal    <input type="checkbox"/> Redes Sociales <input type="checkbox"/>        Prensa Escrita    <input type="checkbox"/></p> <p>Televisión    <input type="checkbox"/></p> <p>Otros (escribalo):</p>
13	<p>Qué mejoraría en cualquiera de los aspectos de la Oficina de Atención al Ciudadano (entorno, comodidad, tramites...). Comente todo aquello que quiera en este espacio.</p>

Los datos obtenidos en esta encuesta son anónimos y su único interés es la evaluación continua del servicio de Atención del Gobierno Municipal de San Miguel de Urcuqui.

**Propaganda Institucional.-** Se realizará una revista externa cuyo propósito será informar, motivar y cohesionar a la ciudadanía. Su importancia es que en ella confluyen informaciones de diferentes áreas. Así, se produce una comunicación ascendente, descendente y lateral. Además, la identificación de los integrantes con su contenido conlleva, por lado, la valoración como persona y por otro, un sentimiento de pertenencia. Estas publicaciones se adecuan a los hábitos de lectura de cada cual y crea una cita periódica entre la redacción y el personal. Se realizarán publicaciones mensuales.

**Folletos.-** Se diseñaran sencillos y prácticos trípticos para la ciudadanía en el contexto de campañas de concientización en diferentes ámbitos por ejemplo ambiental, etc. Además se incluirán temas de interés como

inauguración de obras, firmas de convenios interinstitucionales, etc. Con la finalidad de que la ciudadanía se mantenga informada.

**6.7 Cuña.-** Son breves formas promocionales del programa o de una sección específica (por lo general no pasan de los diez segundos), que ingresan en cualquier momento. La finalidad es ganar posicionamiento, hay que tener cuidado con el abuso, se corre el riesgo de caer antipáticos, una elegante y oportuna presentación es la clave.

### **CUÑA RADIAL MUNICIPIO DE URCUQUÍ**

#### **1 CONTROL GRABACION CUÑA GADMU**

**2 LOCUTOR** USTED NOS ELIGIÓ

**3 LOCUTOR**NOSOTROS ESTAMOS CUMPLIENDO

**4 CONTROL MUSICA (suave) CD1 C1 SUBE MANT BAF.**

**5 DESDE** CON NUESTRO TRABAJO CONJUNTO QUEREMOS QUE

**6 HASTA** URCUQUÍ SEA EL EPICENTRO DEL DESARROLLO

**7** COMUNITARIO CON UNA REAL Y VERDADERA

**8** INFRAESTRUCTURA CON VIALIDAD SEGURA

**9** CON UN DESARROLLO SOCIAL PLANIFICADO Y BASADO

**10** SIEMPRE AL RESPETO DE NUESTRAS TRADICIONES Y

**11** CULTURA ESTAMOS SEGUROS DE SU APORTE.

**11** YA TENEMOS ESPACIOS PROPICIOS PARA LA

**12** CREATIVIDAD Y DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA.

13 “URCUQUÍ ES NUESTRA TIERRA Y EL PUEBLO  
NUESTROS 14 MANDANTES CAPITÁN NELSON FELIX  
ALCALDE”

## **15 CONTROL MUSICA SUBE MANT SALE**

**6.8 Boletín de Prensa.**-Un boletín de prensa es un texto que se dirige los periodistas con la intención de que sea publicado en los medios de comunicación y debe adecuarse a estructuras comunicativas y a las rutinas profesionales de los periodistas, como son los criterios de noticiabilidad. El comunicado también está ligado a la actualidad pero no tiene por qué referirse a un evento concreto. No espera una respuesta. Es un posicionamiento por parte de las instituciones en relación a un tema de interés o que le afecta directamente.

### **ESTRUCTURA DEL BOLETÍN DE PRENSA**

**a.- Titular: noticioso y llamativo**

**b.- Entrada:** redactada como un pequeño párrafo, es un resumen del cuerpo de texto

**c.- Cuerpo de texto:** en forma de pirámide invertida de lo más importante a lo menos importante.

En el primer párrafo se contesta a las preguntas:

¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? y ¿Cuándo?

## BOLETÍN DE PRENSA

Urcuquí, 12 de mayo de 2012

Sres.

**Director de Radio “RTU”**

Presente.-

### **COMUNEROS DE URCUQUÍ EXIGEN RESPUESTAS**

Urcuquí.- Hoy en el salón máximo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Urcuquí, se realizó un conversatorio con las comunidades de Armas Tola, San Vicente, Santa Rosa, San Antonio, La Merced, El Puente y Tapiapamba, zonas de influencia del proyecto Yachay con la presencia de Cap. Nelson Félix, alcalde de Urcuquí y Daniel Suárez, representante de la SENECYT.

Daniel Suárez, representante de SENECYT; agradeció la presencia de todos los presentes y manifestó “nosotros tenemos compromisos adquiridos con ustedes y vamos a cumplir cada uno de ellos”. Mencionó Suárez.

“La zona productiva es un puntal primordial que tendrá el cantón Urcuquí, porque somos productores, agricultores y seremos exportadores por lo que tendremos que mejorar nuestra producción no se les quitará la producción son rumores que crean noticias falsas pero para eso estamos las autoridades para dar a conocer la verdad”, dijo, Cap. Nelson Félix, Alcalde de la ciudad.

Atentamente,

Dirección de Comunicación Social

## **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SAN MIGUEL DE URQUQUI**

### **6.9 IDENTIFICACIÓN DE MEDIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA**

Se ha elaborado una lista de radios, medios impresos que constan con direcciones electrónicas, nombre del Gerente, números de teléfono existentes en la Provincia de Imbabura, siendo una herramienta eficaz al momento de enviar un boletín de prensa o difundir alguna noticia importante para el Cantón.

## CUADRO No. 17 IDENTIFICACIÓN DE MEDIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

	NOMBRE DE LA RADIO	FRECUENCIA	WEB	No. TELF.	DIRECCIONES
Sr Leonardo Yopez.	Radio America	89.1 FM	www.americaestereo.com	2904-124	Sánchez y Cifuentes y Velasco
Sr. Juan Gomez.	Radio Cheverisima	89.5 FM.	.www.radiocheverisima.com	2956-444	Gonzalo Gomezjurado y Vargas torre
	Radio Alborada	90.3 FM.	www.radioalborada.com	2600053	Hernández y av. Jaime Roldos
Lic Oswaldo Pabòn.	Radio Rtu	91. 5 FM.	www.rtunoticias.com	2605-521	Av. Pérez Guerrero y Sucre
Lic. Luis Viteri.	Radio La Premier	91. 9 FM.	www.lapremierfm.com	2608-001	Av. Teodoro Gómez de la torre
Dr. Yunda Machado	Radio Canela	92. 7 FM	www.radiocanela.com	2952498	Sánchez y Cifuentes y Velasco
Sr. Oswaldo Zurita.	Radio Planeta	93.1 FM	www.radioplaneta.com	2640-960	Av. fray vacas Galindo
	Radio Tropicana	96.3 FM.	www.radiotropicana.com		
Lic. Edison Calderòn	Radio Màgica	97.9 FM.	www.radiomagaicaecuador.com	2906-230	Atahualpa y Rocafuerte
Lcda. María Augusta	Radio Activa	98. 7 FM.	www.radioactiva.com	2644-100	Liborio madera y sucre
Lic. Galo Villegas.	Radio La Mega	99.9 FM.	www.radiolamega.com		
Sr. Silvio Moràn.	Radio Ritmo	103.5 FM.	www.radioritmo.com	2955-450	Calle Oviedo y bolívar
	Radio Católica	101.1 FM.	www.radiocatolica.com		
Sr Cristian Bonifaz.	Radio Exa	93. 9 FM.	www.radioexa.com	2956-008	Calle flores y av. Jaime Rivadeneira
Sr. Richard Dominguez	Radio Vocù	102. 3 FM.	www.radiovocu.com	2951-036	Juana Atabalipa y juan fco Bonilla.
Grupo Norte	Radio Los Lagos	102. 7 FM.	www.radioloslagos.ec	2951-310	Flores y Rafael Rosales
Dr Willian	Radio Satèlite	107.1 FM	www.radiosatèlite .com	2923-176	Colón y Atahualpa
<b>RADIOS EN AMPLITUD MODULADA.</b>					
Sr Cristobal Bonifaz	Radio Panorama	1440 KLHERS	www.radiopanorama.com	2956-584	Flores11-25 Jaime Rivadeneira
Ar Segundo Rosero	Radio Ibarra	1310 AM	<a href="http://www.radioibarra.com">www.radioibarra.com</a>	0982754088	Sector el Olivo
	Radio Punto	1130 AM	<a href="http://www.radiopunto.com">www.radiopunto.com</a>	2923-453	Calixto miranda
Sr Carlos Calderòn	Radio Popular	1290 AM	<a href="http://www.radiopopular.com">www.radiopopular.com</a>	2906-230	Atahualpa y Rocafuerte
	Radio ecos de	1120AM	www.radioecosurcuqui.com	2939-125	Calle Antonio ante (Urcuqui)

	Urcuqui				
	<b>DIARIOS IMPRESOS</b>				
Jorge Ponce Arteta	DIARIO LA HORA		<a href="http://www.lahora.com.ec">www.lahora.com.ec</a>	2607-625	Mejía 3-50 y sucre
Grupo Norte.	DIARIO EL NORTE		<a href="http://www.diarioelnorte.ec">www.diarioelnorte.ec</a>	2955-495	Flores 11-55 y Rafael Rosales

ELABORADO POR: Stalin Rodríguez.

FUENTE: Autor

**GAD MUNICIPAL URCUQUI**  
**DIRECCIÒN DE COMUNICACIÒN Y CULTURA**  
**URCUQUI – ECUADOR**  
**PLAN DE ENTREVISTAS**

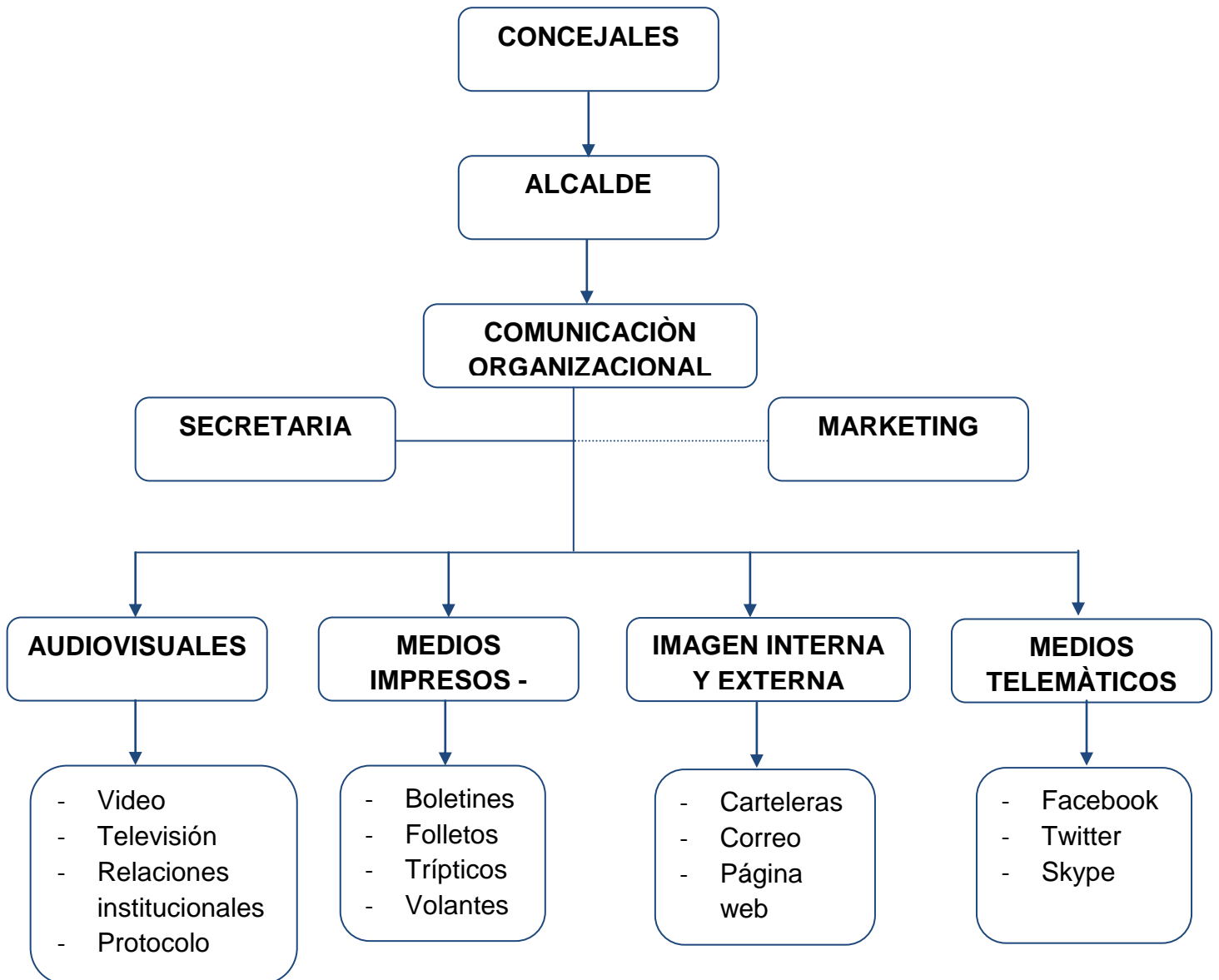
MEDIOS	
X	Radio
X	Televisiòn
	Prensa escrita

<b>TEMA:</b>	<b>PLAN ESTRATEGICO URCUQUI</b>
<b>RESPONSABLE:</b>	<b>STALIN RODRIGUEZ</b>
<b>CIUDAD:</b>	<b>IBARRA</b>
<b>FECHA:</b>	<b>12/03/2013</b>

MEDIO	COBERTURA	DIRECCIÒN	HORA	PROGRAMA	ENTREVISTADOR	ENTREVISTADO	EJES TEMATICOS	DURACIÒN
RTU RADIO Y TELEVISIÒN  UNIMAX	NACIONAL  CANAL 28  RADIO REGIONAL  91.5 FM  SEÑAL ON –LINE  A NIVEL MUNIAL	AV. PEREZ GUERRERO Y BOLIVAR  TELF. 2605521	19:00	NOTICIERO RTU	ING. CARLOS IBARRA SALAZAR	CAP. NELSON FELIX NAVARRETE ALCALDE DE URCUQUI	PLAN ESTRATEGICO URCUQUI	10 MINUTOS



### 6.6.8 ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SAN MIGUEL DE URQUQUÍ











Elaborado por: Stalin Rodríguez  
 Fuente: Autor


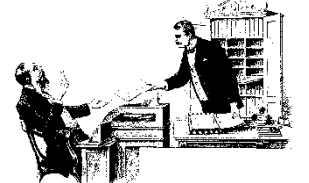
## **FUNCIONES DEL DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GADM DE SAN MIGUEL DE URQUQUÌ**

- a. Diseñar y planear estrategias integrales de comunicación social.
- b. Planear campañas de imagen.
- c. Administrar el presupuesto de la Dirección.
- d. Atender las peticiones informativas de los medios de comunicación en relación con las actividades del Gobierno Estatal.
- e. Diseñar políticas de relaciones públicas con los medios de comunicación en la entidad.

### 6.6.9 STORY BOARD CUADRO No. 18 STORY BOARD

SECUENCIA	No. PLANO	TIPO DE PLANO	ESCENA	DESCRIPCIÓN	INCORP. AUDIO	RECURSOS	TIEMPO
	2	GPG PG	<i>Ciudad de Urcuqui, hasta llegar al Municipio Pegar imagen de hombre caminando</i>	Toma general de la ciudad de Urcuqui. Imágenes del Alcalde de Urcuquí caminando en las calles de la ciudad	Usted nos eligió	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dos segundos</li> </ul>
	3	PG PG PM	<i>Firmas de convenio Inauguraciones, Alcalde con la gente</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilización de firmas de alianzas estratégicas</li> <li>• Inauguraciones de obras</li> <li>• Apoyo a la comunidad</li> </ul>	Nosotros estamos cumpliendo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cuatro segundos</li> </ul>
	2	PM PD	<i>Alcalde en reuniones con autoridades y diversos ministerios</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura educativa</li> <li>• Alcalde en diversas gestiones a nivel nacional</li> </ul>	Con nuestro trabajo conjunto queremos que Urcuqui sea el epicentro del desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dos segundos</li> </ul>

	3	<b>PM</b> <b>PM</b> <b>PG</b>	Sembríos, espacios recreativos, parques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura, artesanía, infraestructura deportiva</li> </ul>	El cantón es el pulmón de Imbabura con una real y verdadera infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cuatro segundos</li> </ul>
	1	<b>PG</b>	Carreteras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vías seguras, construcción de carreteras de primer y segundo orden que une a las parroquias</li> </ul>	Con vialidad segura	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dos segundos</li> </ul>
	2	<b>PG</b> <b>PM</b>	Tomas de áreas turísticas Planta de tratamiento de basura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyectos de turismo comunitario</li> <li>• Planta de reciclaje</li> </ul>	Generando proyectos sostenibles y sustentables	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dos segundos</li> </ul>
	2	<b>PG</b> <b>PM</b>	Juegos del lugar Semana santa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juegos tradicionales</li> <li>• Paseo del chagra</li> <li>• Actos religiosos</li> </ul>	Manifestando nuestra cultura y tradiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dos segundos</li> </ul>
	3	<b>PG</b> <b>PG</b> <b>PM</b>	Tomas de ferias del buen vivir Trueque Plazas Áreas recreativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parques, plazas, centros de recreación para la familia</li> <li>• Comercio</li> </ul>	Contamos con espacios apropiados para la creatividad y la dinamización de la economía	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Humanos</li> <li>➤ Técnicos</li> <li>➤ Logísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuatro segundos</li> </ul>

	<p><b>3</b></p>	<p><b>PG</b> <b>PM</b> <b>PM</b></p>	<p>Toma general de Urcuqui Personas en parques, terrenos y en tiendas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantón Urcuqui</li> <li>• Pueblo en sitios específicos</li> </ul>	<p>Urcuqui es nuestra tierra y el pueblo nuestro mandante</p>		<p>✓ Dos segundos</p>
	<p><b>1</b></p>	<p><b>PM</b></p>	<p>Alcalde en su oficina</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcalde en su gestión en el municipio</li> <li>• Logo del Municipio</li> </ul>	<p>Capitán Nelson Félix Alcalde de Urcuqui, una gestión segura y confiable</p>		<p>✓ Dos segundos</p>

### **6.6.1 Impactos**

#### **6.6. 2 Impacto Social**

Al planificar estratégicamente la comunicación, se podrá establecer espacios de comunicación ciudadana, y crear un vínculo con la comunidad de la gestión municipal que se viene llevando a cabo.

Se puede promover el desarrollo social desde un punto de vista más institucionalizado, como política institucional utilizando la comunicación como un eje transversal, desde un punto de vista más humano, manejando un concepto de comunicación más en relación a la equidad social.

Con el diseño de los modelos de gestión de comunicación organizacional, se entenderá a los ciudadanos como entes sujetos de derecho y promover la participación en la gestión municipal, desde un punto de vista más institucionalizado, buscando siempre la alteridad y posicionando así una mejor imagen institucional.

#### **6.6.3.- Impacto Político**

Desde un punto de vista más de decisión política, la realización de un análisis de los modelos de gestión de comunicación organizacional interna y externa se convertirá en la forma de concienciar a las autoridades tanto a nivel ejecutivo y legislativo sobre la importancia de una comunicación bilateral municipio con la comunidad, globalizando el concepto de la institución seccional a la idea de formar parte de un gobierno local.

#### **6.6.4.- Impacto Económico**

En el instante que exista un modelo de gestión comunicación interna y externa en el Gobierno Municipal de Urcuquí, se proyectará una propuesta clara sobre un plan de comunicación, mediante la creación de la ordenanza, así establecer una partida presupuestaria.

#### **6.6.5.- Impacto Administrativo**

Con la socialización de los modelos de gestión en la comunicación organizacional a nivel interno y externo, será necesario de implementación de una Unidad Administrativa que se encargue de monitorear, ejecutar y evaluar las actividades planificadas.

#### **6.6.6.- Impacto Académico**

Desde el punto de vista de construcción del conocimiento, es necesario documentar todas las experiencias que se van obteniendo de este proceso experimental de elaborar los modelos de gestión en la comunicación organizacional interna y externa en el Gobierno Municipal de Urcuquí, con un enfoque de comunicación alternativa, sin dejar de lado medios tradicionales

## 6.8 Bibliografía

1. ALFARO, Rosa María, (2009), “Una comunicación para otro desarrollo”. Calandria. Perú.
2. APRILE, Orlando (2008), “La Publicidad Estratégica”, Editorial Paidós SAICF, México.
3. BERLO, David (2010) “El proceso de la comunicación”, Editorial El Ateo, Buenos Aires.
4. BARBERO, Jesús Martín. (2005). “Ensayo sobre identidad, comunicación y modernidad en América Latina.” Editorial Felafacs, Cali.
5. BARBERO, Jesús Martín. (2008) “Comunicación masiva: discurso y poder.” Editorial CIESPAL, Quito.
6. BARBERO, Jesús Martín. (2007). “Proyectar la comunicación”. Editorial Tercer Mundo, Bogotá.
7. CALVO, Manuel (2009), “El nuevo periodismo de la ciencia”, Editorial Quipus, Quito
8. CARDOSO, Fernando (2010), “Cuestiones de sociología del desarrollo de América Latina”, Editorial Universitaria, Chile.



9. CARVALHO, Horacio; BORDENAVE, Juan, (2008), "Planificación Y Comunicación, Editorial CIESPAL, Quito.
10. CIESPAL, (2007), "El Periódico Comunitario", Editorial Quipus, Quito.
11. CIESPAL, (2008), "Periodismo y Democracia", Editorial CIESPAL, Quito.
12. CHECA, Fernando, (2001), "Acceso y preferencia de medios y mensajes en sectores Populares, Urbanos y Rurales del Ecuador, Editorial CIESPAL, Quito.
13. DE MORAGES SPA, Miquel, (2008), "Teorías de la comunicación", Editorial GILI, México
14. GALEANO, Ernesto (2009), "Modelos de Comunicación", Editorial Macchi, Buenos Aires.
15. KAPLÚN, Mario. (2009) "El comunicador popular". II edición, editorial CIESPAL, Quito.
16. MAFFESOLI, Michel. (2007) "El reverso de la diferencia, identidad y política". Editorial Quipus, primera edición, Quito.
17. MERINO, Jorge. (2007) "Comunicación popular, alternativa y participatoria". Editorial Quipus, primera edición, Quito.
18. MIEGE, Bernard, (2006), "El pensamiento Comunicacional", Editorial Iberoamericana, México.

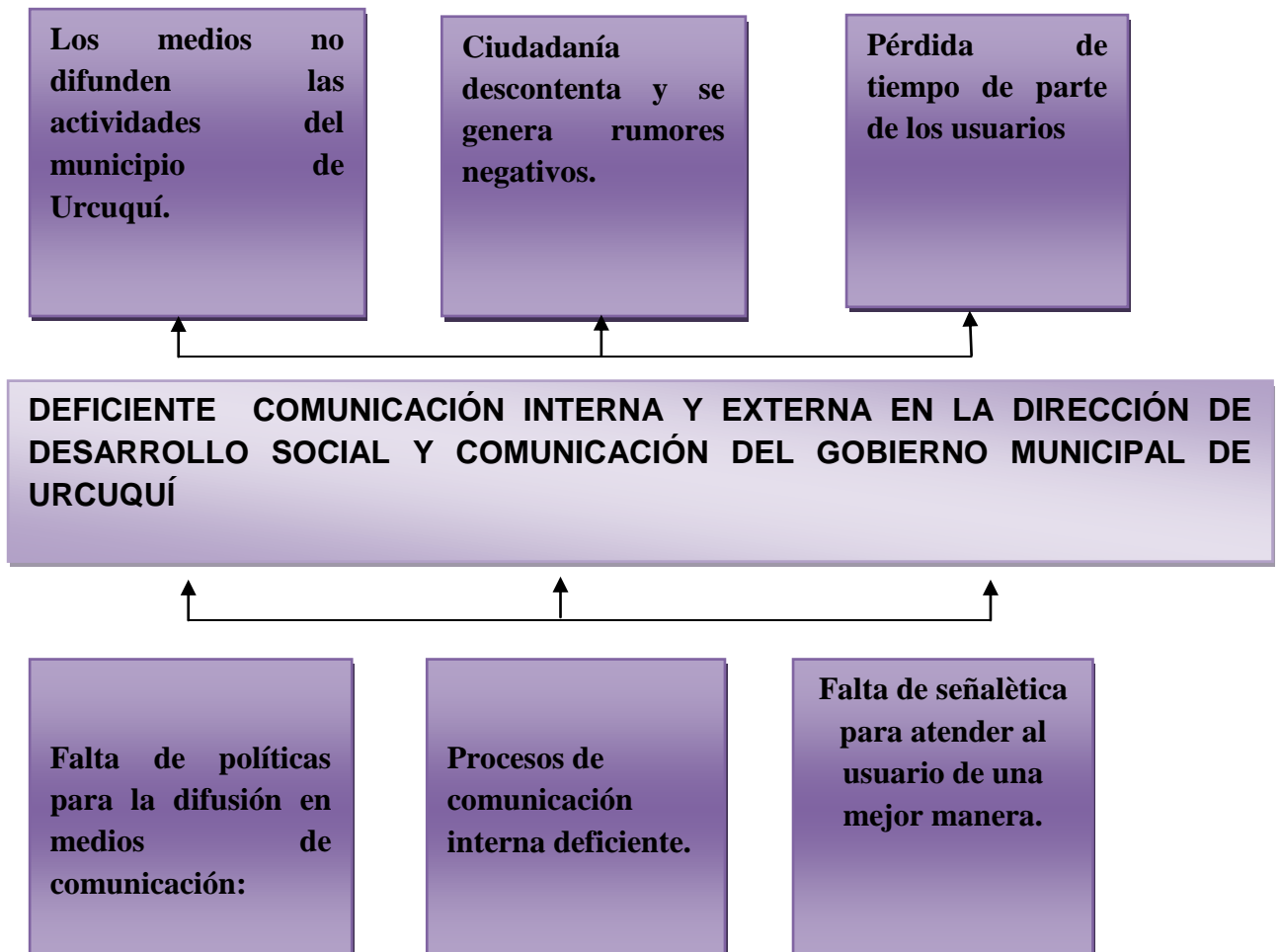
- 19.** MOLES, Abraham y ROHMER, Elizabeth, (2005), "Teoría Estructural de la Comunicación y la Sociedad", Editorial Trillas, México.
- 20.** PASCUALI, Antonio. (2010) "Comprender la Comunicación." Editorial Monte Ávila, Venezuela.
- 21.** PRIETO C., Daniel (2007) "Análisis de mensajes", Editorial CIESPAL, Quito.
- 22.** PRIETO C., Daniel (2009), "Diagnóstico de Comunicación", Editorial CIESPAL, Quito.
- 23.** VARIOS AUTORES (2007), "Políticas Nacionales de Comunicación", Editorial CIESPAL, Quito.
- 24.** VARIOS AUTORES, (2011), "Análisis de mensajes educativos en América Latina", Editorial Quipus, Quito.
- 25.** WOLF, Mauro, (2009), "Los efectos sociales de los medios", Editorial Paidós, Barcelona.

# ANEXOS

## ANEXO Nº 1 MATRIZ DE COHERENCIA

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
<p>No aplicación de los modelos de gestión en la comunicación organizacional, que dinamice procesos internos y externos en el cumplimiento de los objetivos institucionales.</p>	<p>Desarrollar modelos de gestión en la comunicación organizacional, que dinamice procesos internos y externos para el cumplimiento de los fines institucionales en el Municipio de Urcuqui.</p>
<b>SUBPROBLEMAS/ INTERROGANTES</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>
<p>¿Cuál es la situación actual de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Municipio de Urcuquí?</p> <p>¿Recopilación de documentos que sirvan para conocer la situación actual de Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Municipio de Urcuquí?</p> <p>¿Es posible la reestructuración de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Municipio de Urcuquí?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Elaborar un diagnóstico sobre la situación actual.</li> <li>b) Diseño de la propuesta</li> <li>c) Socializar dentro del Municipio de Urcuquí los modelos de gestión.</li> </ul>

## ANEXO No. 2 ÁRBOL DE PROBLEMAS



## **ANEXO No. 3 FIRMA DE CONTRATO COLECTIVO**

### **GARANTIZA SEGURIDAD LABORAL PARA TRABAJADORES CON FIRMA DE CONTRATO COLECTIVO**

Urcuquí.- En las inmediaciones del Ministerio de Relaciones Laborales se procedió a la firma del Contrato Colectivo entre el GADMU y el Sindicato de Trabajadores de esta Institución

Al momento existen: 61 trabajadores afiliados, además el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Urcuquí cuenta con 11 trabajadores que no están dentro del sindicato pero que de igual manera se benefician de este contrato colectivo “los beneficios y compromisos que obtenemos al firmar este acuerdo, son para todos, esto gracias a las gestiones de quienes estamos al frente así como la decisión política del Alcalde, que ha dado viabilidad a que se concrete esta solicitud de quienes laboramos en esta institución”.

Dentro de los logros establecidos están: estabilidad laboral durante 6 años como uno de los logros más importantes, así como también el subsidio familiar, subsidio de alimentación, servicio de transporte, ropa de trabajo y seguridad, bonificación por retiro voluntario, acotó Diego Chuma, Secretario General del Sindicato de Trabajadores del GADMU.

A decir del Burgomaestre, la firma del mencionado contrato colectivo refleja las buenas relaciones que mantienen con los trabajadores con las autoridades de la institución, “esperamos ver plasmado en cada una de las actividades diarias la reciprocidad por parte de los trabajadores, en el cumplimiento de las tareas encomendadas, pues los veedores del trabajo



no somos la autoridades sino la comunidad en general, puntualizó Nelson Félix, Alcalde de Urcuquí.

## **ANEXO No. 4 CONVENIO ENTRE EL GADM DE SAN MIGUEL DE URCUQUI Y DIARIO LA HORA**

### **CONVENIO INTERINSTITUCIONAL ENTRE EL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE SAN MIGUEL DE URCUQUI Y DIARIO LA HORA**

En la ciudad de Ibarra el día viernes 13 de enero del 2012, comparecen a la celebración del presente Convenio de Cooperación Interinstitucional, por una parte, el Municipio de San Miguel de Urcuquí, legalmente representado por el Capitán Nelson Félix en su calidad de Alcalde del Cantón, y por otra parte Diario La Hora, legalmente representada por el Arquitecto Jorge Ponce en su calidad de Director Regional Norte, quienes debidamente autorizados comparecen a la celebración del presente documento al tenor de las siguientes cláusulas.

**PRIMERA: ANTECEDENTES.-** San Miguel de Urcuquí está de fiesta por motivo de celebrar su vigésimo octavo aniversario de cantonización y para ello el Municipio está preparando una serie de eventos que realcen estas festividades las cuales se llevarán a cabo entre el 23 de enero hasta el 9 de febrero del año 2012.

**SEGUNDA: OBJETO.-** Con los antecedentes antes expuestos, se celebra este convenio con el objeto de establecer un marco de cooperación interinstitucional que permita desarrollar una estrategia conjunta de difusión del “VIGÉSIMO OCTAVO ANIVERSARIO DE CANTONIZACIÓN DE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ” y que sirva de aporte al desarrollo del cantón de Urcuquí y la provincia de Imbabura.

**TERCERA: OBLIGACIONES DE LAS PARTES.-**



## **OBLIGACIONES DEL MUNICIPIO DE URCUQUÍ**

1.-Otorgar a Diario La Hora el Auspicio Oficial en los eventos acordados que se realizarán por las fiestas del Cantón, dichos eventos son: Lanzamiento de Fiestas, Pregón, Elección y Coronación de la Reina, Paseo del Chagra con los siguientes derechos publicitarios con calidad de auspiciante:

- Presentación de la marca en los eventos relacionados con las fiestas de Cantonización de San Miguel de Urcuquí.

- Presencia de marca en todas las pancartas, publicidades de cantonización de San Miguel de Urcuquí.

- Presencia de banners, rollups, y globo del Diario La Hora en los espacios en los que se realicen los eventos de festividades del cantón.

- Mencionar como Auspiciante Oficial a Diario La Hora en los eventos en los cuales que se realicen por las festividades.

- Entregar el texto para el suplemento que realizará Diario La Hora por sus 28 Años de Cantonización, el cual será de 8 páginas.

- Publicar dos páginas full color en el suplemento a realizar por sus fiestas

2.-Entregar el material o artes finales elaborados en las medidas y características solicitadas, siendo estas, 26cm x 8cm y de 15.4cm x 13cm full color.

## **OBLIGACIONES DE DIARIO LA HORA**

• Dar cobertura a todos los programas realizados por El Municipio de Urcuquí y en los cuales Diario La Hora es AUSPICIANTE OFICIAL Y

EXCLUSIVO.

• Publicar en la regional Imbabura – Carchi dos pies de página (26 cm. de ancho x 7 cm. de alto) full color y tres cuartos de página (15.4cm x 13cm) siendo las fechas las siguientes:

- Lunes 23 de enero
- Viernes 27 de enero
- Sábado 28 de enero
- Miércoles 1 de febrero
- Martes 7 de febrero

• Permitir al Departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuquí entregue el texto para el suplemento que se está realizando en homenaje al cantón por su aniversario.

**CUARTA.- TIEMPO DE VIGENCIA DEL CONVENIO.-** Este convenio estará vigente desde la fecha de suscripción hasta la culminación de las fiestas.

**QUINTA.-** Las partes se comprometen y se obligan a cumplir y hacer cumplir todas las condiciones establecidas en este convenio, cuyo acto lo hacen de buena fe y a conveniencias de sus intereses; los mismos que deberán responder moral, legal y jurídicamente por lo anteriormente expuesto hasta la entrega de lo convenido.

**SEXTA.-** En caso de controversia, los comparecientes dialogarán amigablemente manteniendo relaciones de reciprocidad y buena vecindad y de no ser solucionado las partes se sujetan a los jueces competentes de ésta Jurisdicción.

**SÉPTIMA.-** Las partes se ratifican y firman en unidad de acto a los trece días del mes de diciembre del año dos mil dos y por duplicado.

Capitán Nelson Félix

**ALCALDE SAN MIGUEL DE URCUQUÍ**

Arq. Jorge Ponce

**DIRECTOR REGIONAL NORTE DIARIO LA HORA**

**ANEXO No. 5**

**ENCUESTA A NIVEL INTERNO**

- 1) ¿Marque con una X si es positivo o negativo realizar un programa radial con informe de actividades del Alcalde del Cantón Urcuquí?

**Positivo.....**

**Negativo.....**

- 2) ¿En qué aspectos se deberá mejorar el departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuquí?

**Contenidos.....**

**Responsabilidad y**

**ética.....**

**Profesionalización.....**

**Imagen.....**

- 3) ¿Cree Ud. que la comunicación interna es un factor importante dentro del Municipio de Urcuquí?

**Si.....**

**No.....**

- 4) ¿Considera Ud. que la nueva ley de comunicación incidirá en el trabajo del departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuquí?

**Si.....**

**No.....**

5) ¿Según Ud. que se debería implementar en el departamento de Comunicación Social del Municipio de Urcuquí?

**Si.....**

**No.....**

6) ¿Sabe usted las funciones del departamento de Comunicación Social?

**Si.....**

**No.....**

7) ¿Cree que es necesario los elementos de la comunicación interna en el departamento de comunicación social del GADM de Urcuquí?

Imprescindible.....

Necesario.....

No es necesario.....

8) ¿Con qué frecuencia le gustaría que se brinde capacitación sobre comunicación organizacional para mejorar la comunicación interna en la Institución?

**MENSUAL.....**

**TRIMESTRAL.....**

**SEMESTRAL.....**

**ANUAL.....**

- 9) ¿Está de acuerdo con el diseño de un modelo de gestión de comunicación organizacional que dinamice los procesos internos y externos en el cumplimiento de las metas institucionales?

**Si.....**

**No.....**

## **ENCUESTA A NIVEL EXTERNO**

1. ¿Marque con una X si es positivo o negativo el trabajo de la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Gobierno Municipal de Urcuquí?

**Positivo.....**

**Negativo.....**

2. ¿En qué aspectos deberá mejorar la Dirección de Desarrollo Social y Comunicación del Gobierno Municipal de Urcuquí?

**CONTENIDOS.....**

**RESPONSABILIDAD Y ETICA.....**

**PROFESIONALIZACIÓN.....**

**IMAGEN.....**

3. ¿Cree usted que en el Cantón Urcuquí se están perdiendo las tradiciones culturales por la no difusión por parte del GADM de Urcuquí?

**Si.....**

**No.....**

4. ¿Conoce usted la situación actual de las tradiciones culturales del cantón y sus alrededores?

**Si.....**

**No.....**

5. ¿Cree usted que es importante implementar un Call Center para sugerencias o inquietudes en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Urcuquí.?

**Si.....**

**No.....**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1001505781
APELLIDOS Y NOMBRES:	Rodríguez Ortega César Stalin
DIRECCIÓN:	PEREZ GUERRERO Y BOLIVAR
EMAIL:	stalin_rodriguez3@yahoo.com
TELÉFONO FIJO:	TELÉFONO MÓVIL: 0986331217

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	MODELOS DE GESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, QUE DINAMICE LOS PROCESOS INTERNOS Y EXTERNOS EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE URCUQUI DURANTE EL AÑO 2012". PROPUESTA ALTERNATIVA.
AUTOR (ES):	Rodríguez Ortega César Stalin
FECHA: AAAAMMDD	2013-05-10
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en la Especialidad de Comunicación Social.
ASESOR/DIRECTOR:	DR. JOSÉ REVELO



## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Yo, Rodríguez Ortega César Stalin, con cédula de identidad Nro. 1001505781, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.


Ibarra, a los 10 días del mes de Mayo del 2013

EL AUTOR:

(Firma)   
Nombre: Rodríguez Ortega César Stalin

C.C.: 1001505781

ACEPTACIÓN:

(Firma)   
Nombre: ING. BETTY CHÁVEZ

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA


Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Rodríguez Ortega César Stalin, con cédula de identidad Nro. 1001505781, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado **"MODELOS DE GESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, QUE DINAMICE LOS PROCESOS INTERNOS Y EXTERNOS EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE URCUQUI DURANTE EL AÑO 2012". PROPUESTA ALTERNATIVA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **Licenciado en la Especialidad de Comunicación Social**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)   
Nombre: Rodríguez Ortega César Stalin  
Cédula: 1001505781

Ibarra, a los 10 días del mes de Mayo del 2013