



RESUMEN

La comunicación es una herramienta fundamental utilizada desde inicio de nuestros días, por tanto es un eje primordial que contribuye al desarrollo de nuestros pueblos.

Toda actividad humana necesita ser colectivizada a fin de que se adquiera un valor social más allá del reconocimiento público para poder ser acogida o impugnada por la comunidad.

Bajo este concepto y en el contexto de las posibilidades de interrelación generadas por la nueva estructura geopolítica de nuestro país, contenidas en la actual constitución, la Ley de Participación Ciudadana y Control Social, el Plan Nacional del Buen Vivir y otras leyes, la principal preocupación es la relacionada a la sociedad Democrática y Participativa que modifique la tradicional fisonomía de espacios marcados por la segregación y la exclusión de las grandes mayorías

Actualmente en Ecuador con la intensidad de la integración de la comunidad en la toma de decisiones dentro de la administración pública provincial, competencia descentralizadora de los gobiernos locales representados por los Consejos Cantonales y las Juntas Parroquiales los diferentes Municipios se ven en la necesidad de socializar bajo un rendimiento de cuentas con el propósito de elaborar y estructurar en la mejor forma posible los objetivos que coadyuven al alcance de las metas organizacionales.

Bajo esta premisa presentamos Un Plan de Comunicación y Relaciones públicas elaborado con atención a cualquier elemento de contingencia que se presente.

Palabras claves

Comunicación

Estrategia

Plan

Buen vivir



INDICE ESQUEMATICO

RESUMEN.....	1
INDICE.....	2
PORTADA.....	8
DEDICATORIA.....	9
AGRADECIMIENTO.....	10
INTRODUCCION.....	11
CAPITULO I:	
MARCO TEORICO.....	13
Comunicación y la sociedad civil.....	16
1.1.1. la comunicación para el cambio social.....	18
1.1.2. la comunicación pública en el ámbito de los gobiernos locales.....	20
1.1.3. alcances de la organización y los gobiernos locales.....	23
1.1.4. la organización comunicativa y la participación ciudadana.....	25
CAPITULO II:	
CONTEXTO LOCAL	
2.1. Breve historia del cantono Sígsg.....	30
2.2. División política y administrativa del cantón Sigsig	36.
2.3. Población urbana y rural	39
2.4. Ámbito económico productivo.....	42
2.5. El gobierno de Sigsig y su entorno.....	42
2.5.1. Ámbito institucional–organizativo	48

CAPITULO III:



RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1.	Introducción.....	51.
3.2.	Percepciones de los actores locales.....	52.
3.3.	Encuestas realizadas a la comunidad.....	53.
3.4.	Encuestas realizadas al personal de la municipalidad.....	66

CAPITULO IV:

PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS..... 79

4.1.	Antecedentes del gobierno local de Sigsig.....	88
4.2.	Presentación del plan de comunicación y relaciones Públicas...	89.
4.3.	Objetivos del plan.....	95
4.3.1.	Objetivo general.....	95
4.3.2.	Objetivos específicos.....	95

CAPITULO V:

POSICIONAMIENTO DEL PLAN

5.1.	Población meta.....	97
5.2.	Estrategias del plan.....	103
5.3.	Plan de acción.....	107
5.4	Presupuesto.....	122
• CONCLUSION Y RECOMENDACIONES.....		125
BIBLIOGRAFIA.....		126



Universidad de Cuenca



Irma Janeth Romero Paucar, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Lcda. En Ciencias de la Comunicación Social. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.


Irma Janeth Romero Paucar
C.I. 070308405-3



Universidad de Cuenca



Carlos Manuel Quezada Ruiz, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Lcdo. En Ciencias de la Comunicación Social. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Carlos Manuel Quezada Ruiz
C.I. 110311221-3



Universidad de Cuenca



Irma Janeth Romero Paucar, certifica que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Irma Janeth Romero Paucar

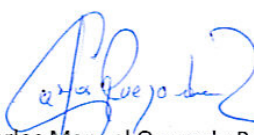
Irma Janeth Romero Paucar
C.I. 070308405-3



Universidad de Cuenca



Carlos Manuel Quezada Ruiz, certifica que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.


Carlos Manuel Quezada Ruiz
C.I. 110311221-3



Universidad de Cuenca

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN

Escuela de Comunicación Social

**Plan de Comunicación y Relaciones Públicas, eje para la
participación ciudadana: Una propuesta para el
gobierno local del cantón Sígus Provincia del Azuay**

Tesis previa a la obtención de título de Licenciados en
Comunicación Social.

AUTORES: Carlos Manuel Quezada Ruiz

Irma Romero P.

DIRECTOR: Máster. Diego Samaniego

Cuenca – Ecuador

2012-03-11



DEDICATORIAS

A cada persona que a pesar del tiempo y los años transcurridos se propone cosas nuevas, a los silenciosos contribuyentes de la superación humana, a mis queridos padres quienes me han brindado su apoyo incondicional, a mis hermanas y hermanos que siempre estuvieron pendientes de mi, a mi querido esposo que siempre me apoyado, a mis adoradas hijas Lisseth y Darlyn y a mi hijo Jean Pierre con infinito amor y ternura.

Irma Romero

A Dios quien me brindó la fe, la fortaleza, la salud y las ganas para concluir este trabajo.

A mi esposa, María Eugenia –Mariu- que con su comprensión y apoyo estimuló constantemente la realización de este trabajo.

A la razón de mi vida, mi hija Karla Alejandra, quien sin saberlo me prestó el tiempo que le pertenecía y el cual utilicé para la realización de mi tesis.

A Bertha y Eulogio, mis padres que me enseñaron a nadar contra corriente, que jamás me permitieron rendirme y que con sus consejos lograron que yo alcanzara mis metas

A mí cuñada Hilda y mi hermano Luis quienes me abrieron las puertas de su casa cuando llegue por vez primera a Cuenca en busca de mis sueños.

A todos quienes alguna vez confiaron en mí y aun lo siguen haciendo.

Carlos Quezada Ruiz



AGRADECIMIENTO

Cuando comenzamos a escribir los agradecimientos tratamos de no olvidarnos de nadie y de tener presente a todos dentro de la mención, por eso desde ya pedimos las disculpas correspondientes en caso de que esto ocurra.

Primeramente gracias a Dios por darnos las fuerzas necesarias, en los momentos en que más las necesitamos y bendecirnos con la posibilidad de caminar a su lado todos los días de nuestras vidas.

Un profundo agradecimiento a los profesores de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca por haber compartido sus conocimientos y de manera especial al Mst. Diego Samaniego Director de tesis quien ha estado siempre motivándonos y enseñándonos sus conocimientos.

Un sincero agradecimiento a la Ilustre Municipalidad del Cantón Sigsig especialmente a la Lcda. Amerita Jiménez Alcaldesa y al personal interno que labora en la institución quienes nos colaboraron incondicionalmente en todos los requerimientos necesarios, así mismo expresamos nuestro cálido agradecimiento a todas las personas involucradas en este trabajo, como es a una gran parte de los habitantes del Cantón Sigsig que supieron colaborarnos para poder realizar a cabalidad nuestro trabajo de campo, e investigación.

LOS AUTORES



INTRODUCCION

Con carácter general las entidades suelen centrar sus esfuerzos y desarrollar el plan de comunicación externa, que se refiere al ámbito comunicacional, que no es más que una parte de la comunicación dentro de la institución.¹

De esta manera la propuesta de un plan estratégico de comunicación integral será el documento que recoja la estrategia general a nivel de comunicación, el mensaje y estilo a difundir con la finalidad de lograr una política de comunicación en el Municipio coherente y eficaz.

Estructura del plan estratégico de comunicación.

1. Análisis: estudio de la información del entorno externo e interno. Resumen DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).
2. Antecedentes: análisis de la información del Municipio, historia, resultados obtenidos hasta el momento, vivencias...
3. Objetivos: se deben señalar cuáles son los objetivos, qué se quiere conseguir con las

Actividades que se pongan en marcha. Los objetivos deben poder ser cuantificados, medibles y han de ser alcanzables, realistas.

4. Público objetivo o target de la comunicación. Es imprescindible determinar a quién se va a dirigir la comunicación. Definir cuál o cuáles son los destinatarios o grupos de destinatarios en los que se centrarán los esfuerzos comunicativos, Conocer al público al que se dirige la empresa, los medios que utiliza para informarse, el estilo comunicativo que maneja son aspectos claves y críticos que influirán en el éxito de la comunicación.

1

http://www.bicgalicia.es/dotnetbic/Portals/0/banner/ARCHIVOS/Manuales%20Pymes/10_planComunicacion_cast.pdf



5. El mensaje: es el elemento que se quiere comunicar eligiendo las características o atributos a comunicar, así como el tono o estilo de la comunicación.
6. Estrategia: elección del modo a desarrollar cada una de las áreas de comunicación con el fin de alcanzar los objetivos.
7. Acciones: concreción de las actividades a desarrollar y los medios a utilizar para desarrollar el plan.
8. Cronograma o calendario: planificación en el tiempo de cada una de las acciones.
9. Presupuesto: cantidad económica que se destinará a la puesta en marcha del plan estratégico de comunicación integral.
10. Control y seguimiento: medición del transcurso y cumplimiento del plan con el fin de realizar acciones de corrección para intentar alcanzar los objetivos marcados.

Los planes de comunicación

- El plan de comunicación externa. Este plan incluye recoge:
- Plan de publicidad: entre los aspectos particulares de una campaña de publicidad a

Desarrollar se deben citar los siguientes:

- Determinación de la estrategia creativa: se concreta en el eje de la comunicación y el

Concepto y por otro lado en la codificación o forma del mensaje. Es decir lo que se quiere decir y la forma de decirlo o representarlo mediante imágenes u otros efectos.

- Plan de comunicación interna

- Plan de RRPP.



CAPITULO: I

MARCO TEORICO

1.1. INTRODUCCION

En el Ecuador, al igual que en otros países, de un tiempo a esta fecha, y fundamentalmente a partir de la expedición de la nueva Constitución, el Estado ha venido instrumentando políticas en todos sus niveles que suponen, en medida variable, una mayor participación de los individuos y las organizaciones de la sociedad civil en las distintas instancias relacionadas con la planificación y la toma de decisiones.

Esta apertura se ha orientado a establecer nuevos canales de vinculación con la colectividad, que no sólo permitan fortalecer la legitimidad de la gestión política sino que además promuevan un uso más eficiente y eficaz de los recursos públicos a partir de una mayor y mejor inclusión de la sociedad y sus intereses en las distintas etapas que hacen al proceso de construcción de las políticas públicas.

El propósito de este estudio es presentar, una vez recorrido un importante camino desde los comienzos de dicha vinculación, lo que consideramos constituye un trascendental desafío asociado a la ***participación ciudadana en la ejecución de políticas públicas***,

El cual está relacionado con la comunicación y las relaciones públicas, concebido como eje fundamental para dicha participación. Este desafío pone de manifiesto, de manera particular, tanto las características de los actores sociales como las relaciones que ellos establecen entre sí: las orientaciones y los recursos del Estado, expresado a través de los gobiernos locales en todos sus niveles, por un lado, y los ciudadanos y las organizaciones sociales con sus demandas, por el otro.



La participación ciudadana en el manejo de los asuntos públicos constituye una variable central de preocupación a efectos de lograr una mayor democratización y, con ello, la eficacia necesaria en servicios que generen mayores beneficios a la población. Sin embargo, la condición elemental para el diálogo, la concertación, las alianzas, la credibilidad mutua y la unidad de acción es que los actores involucrados puedan tener formas de acercarse, de compartir, de conocerse y comunicarse.

La débil participación ciudadana en el Cantón Sigsig es uno de los principales problemas, puesto que en estos últimos años se impulsaron procesos participativos desde el Municipio. Sin embargo, este proceso participativo es incipiente y se encuentra en construcción, razón por lo cual necesita ser comprendido y fortalecido, puesto que en el mediano plazo los resultados obtenidos no son alentadores. La pregunta central que nace alrededor del problema planteado es la siguiente. ¿Por qué existe poca participación ciudadana ante las propuestas municipales?

La hipótesis que la investigación intenta comprobar es el hecho de que el ineficiente sistema de comunicación y relaciones públicas de la municipalidad no ha permitido articular las propuestas ciudadanas con la gestión municipal local, razón por lo cual la participación estimula las actividades de consulta pero no de concertación y decisión, lo cual sería un autentico ejercicio de poder. Además, la poca información y apertura a procesos de comunicación abierta de doble vía desde el Municipio de Sigsig para con su población, no ha permitido apuntalar la participación ciudadana de manera sostenible.

“El momento expresivo en las políticas participativas es fundamental, pero limitado si no se somete a reflexión, porque la expresión espontánea e irreflexiva tanto muestra lo que se necesita o quiere como lo que las constricciones sociales, políticas y subjetivas hacen posible necesitar y querer” (**Laclau, 2005**).

La reflexión, concebida como la deliberación pública, requiere de información para abordar al conocimiento, es decir datos precisos y objetivos respecto de la cuestión pública. Aquí hay un desafío importante y con connotaciones paradójicas: el trabajo sobre la expresión requiere de ***información objetiva***, la



cual se valida democráticamente por sus efectos. En concreto, lo que hay que evitar es que la información opere como una traba del trabajo conjunto entre la sociedad civil y el gobierno local, en vez de posibilitarlo, cosa que suele ocurrir, por ejemplo, cuando los poseedores de información específica desautorizan la opinión de quienes no manejan el vocabulario, pero no en referencia al tema en cuestión, sino como impugnación total de la persona, manifestación concreta del saber-poder.

Agreguemos a lo anterior que en estos espacios participativos, más que en otros que no lo son, la información puede provenir legítimamente tanto del **saber técnico** como del **saber popular**, y por eso tanto de especialistas como de gente común. Un ingeniero civil informa que es irracional hacer cordón-cuneta si no existe previamente infraestructura cloacal; una vecina informa que las mujeres de su barrio se llevan pero no usan los anticonceptivos que provee el Estado por la resistencia de sus maridos. En ambos casos se trata de información valiosa para tomar decisiones efectivas, pero la observación muestra que una es más reconocida que otra. La vitalidad de estos espacios participativos se enciende cuando logran darle lugar y hacen jugar esos saberes y reconocen el aporte de los diferentes actores, modificando la tendencia tradicional de valorar prioritariamente lo establecido por el saber técnico.

La aplicación de políticas participativas implica, como condición sine qua non, que la información sea pública. Esto quiere decir mucho más que formalmente accesible: entre la publicidad de una ordenanza promulgada en la Gaceta Municipal y la publicidad que requiere una política participativa hay una diferencia cualitativa directamente ligada a la que existe entre la **democracia representativa** y la **democracia participativa**, esto es, la diferencia que hay entre que la gente común no esté incluida en la gestión política o sí lo esté.

Entonces, además de serlo formalmente ¿qué es lo que hace que la información sea sustancialmente pública?. Primero, que se formule con **un lenguaje adecuado para el entendimiento de aquellos a quienes se orienta la información**, lo que implica una

intención activa de hacer claro el propio discurso y ser sensible a los lenguajes del público. Segundo, que se haga **circular por medios eficientes** para llegar



de la forma más directa a los destinatarios y posibilitar la vuelta de las respuestas. Es muy común que los gobiernos locales inviertan en propaganda vistosa de las políticas participativas, más preocupadas en que aparezca en los medios que en que llegue al público. Tercero, que sea **acumulativa**, que se registre y amplíe a lo largo del tiempo. Cuarto, que sea **colaborativa**, que se mantenga abierta a aportes de diferentes saberes. Quinto, que sea **modificable**, que pueda readecuarse en base a la retroalimentación.

Para lograr esta real publicidad de la información, las políticas participativas exitosas son creativas y flexibles, pudiendo usar las técnicas de taller y de educación popular.

En definitiva, de lo que se trata es de intercambiar datos razonablemente precisos y objetivos entre personas consideradas en un plano de igualdad. Y esto plantea un reto específico en las políticas participativas, en la medida en que en ellas se juntan actores muy diferentes condicionados entre la verticalidad representativa-burocrática y la horizontalidad presencial-democrática.

1.2. LA COMUNICACIÓN Y LA SOCIEDAD CIVIL

La palabra comunicación proviene del latín “comunicare” que significa compartir, precisamente porque es el hecho de participar ideas, datos y conocimiento por medio del uso de símbolos comunes para la consecución de un fin.

En nuestro país es necesario reconocer dos hechos trascendentales que han sido muy subestimados en muchos proyectos de desarrollo implementados por los municipios: El primero es que la condición elemental para el diálogo, la confianza mutua y la unidad de Acción, es que los actores involucrados puedan tener formas de acercarse, de compartir, de conocerse entre ellos.

Es decir que, simple y llanamente, necesitan comunicarse. Pero, pese a vivir en el llamado siglo de las comunicaciones, paradójicamente la incomunicación, el recelo y la desconfianza son grandes males que aquejan a toda nuestra



sociedad. El segundo hecho es que el manejo de la información constituye mucho más que la base de conocimientos para la toma de decisiones.

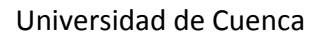
“Tal como penosamente lo hemos corroborado en todas las esferas de la vida nacional y sobre todo durante la última década, el acceso privilegiado a la información y el ocultamiento o manipulación de esta información, son los recursos más cómodos y eficaces para el ejercicio autoritario y el control del poder.” (Arce y Hertz, 2004, p. 35)

Es por esto que en la actualidad la lucha por la verdadera comunicación y un adecuado relacionamiento público en sociedades democráticas se aleja cada vez más de la verticalidad, para acercarse a lo horizontal, generando esto la participación entre los actores en un mismo nivel, con mejores resultados o respuestas ante el mensaje emitido.

Esto, sin embargo, se debe a la diferencia que se hace entre **información y comunicación**, debido a que la primera no busca una interrelación y la segunda sí lo hace. La primera emite datos sin conocer al otro, mientras que la segunda se interesa por el otro y busca de él una respuesta que los interconecta. Podemos decir entonces que la comunicación es un proceso, porque está en constante movimiento, en medio del acontecer social, y sirviendo de puente para la consecución de un fin entre los diversos actores de una sociedad.

La comunicación se desarrolla en medio de la sociedad, respondiendo a las necesidades de la misma, por lo que es necesario entender a ésta como una organización, que avanza o retrocede, dependiendo de los niveles de comunicación que posea. Sin embargo, la experiencia acumulada permite conocer que aún se ve a la comunicación como la transmisión de información, de ideas, de sentimientos, manteniendo esa definición lineal y vertical de la misma, razón por lo cual es de vital importancia redefinir el valor de la comunicación dentro de la sociedad y la organización o institución.

Al redefinir la comunicación es necesario partir del hecho que la población tiene derecho a la misma y a los recursos que brinda la información, para de esta manera satisfacer sus necesidades comunicacionales. Es aquí donde entra en





“La comunicación para el desarrollo puede tomar ventaja del potencial de participación y organización comunitaria que representa las experiencias alternativas; sin embargo, su acción está limitada al norte por las rígidas estructuras de las organizaciones de cooperación, al sur por las burocracias gubernamentales” **(Dagron)**.

El Plan de Comunicación y Relaciones Públicas propuesto en el presente trabajo tiene como objetivo convertirlo en un eje para el cambio social y la participación ciudadana; es la posibilidad en donde éste se convierte en el facilitador para la movilización social de la población del Cantón Sigüig, que permita encontrar soluciones a los problemas económicos y sociales, además de fortalecer el sistema democrático. La comunicación permite introducir en el desarrollo una voluntad de cambio con los sectores excluidos, los cuales pasan a ser los protagonistas.

En definitiva, la comunicación para el cambio social “es un proceso de diálogo público y privado a través del cual las personas definen quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden actuar colectivamente para alcanzar metas y mejorar sus vidas. Ante esta situación es necesario reconocer que la comunicación es un elemento necesario para el cambio social, sin embargo, no es el único camino, puesto que el cambio social es un proceso mucho más amplio que involucra la invención, la difusión y trae consigo consecuencias. **(Dubravcic, 2002)**

La invención crea o desarrolla ideas nuevas, la difusión es el proceso que permite transmitir tales ideas a un colectivo social y las consecuencias son los cambios que se producen en el sistema social. Ante este contexto, el papel de la comunicación y las relaciones públicas es esencial porque éste se convierte en un vínculo que permite creer más en los demás que en nosotros mismos. Esto en vista de que es necesario romper los viejos paradigmas, donde el funcionario público es el que tiene la razón y los ciudadanos comunes o beneficiarios son entes pasivos, que necesitan recibir el conocimiento, las capacidades y los beneficios, sin posibilidad de emitir propuestas.



1.4. LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EL ÁMBITO DE LOS GOBIERNOS LOCALES

La visión occidental plantea los elementos de la comunicación en su versión clásica como emisor-mensaje-receptor, desde una posición funcionalista y vertical, en donde el receptor cumple una función pasiva ante el mensaje direccionado desde el emisor, el cual intenta manipular a través de los medios de comunicación. Pero desde una versión más latinoamericana, se nos plantea la posibilidad de que todos somos o podemos ser emisores y receptores a la vez. En este sentido se habla de una comunicación basada en el diálogo, reconocida como **comunicación dialógica**.

“Desde esta mirada el comunicador, más que retroalimentación, necesita prealimentación. Necesita conocer profundamente a aquellos que está buscando poner en comunicación, con los que está buscando, no tanto comunicarles cosas, sino comunicarse con ellos y ponerlos a ellos en comunicación entre sí”
(Quinto Seminario de Comunicación Ciudadana, 2003)

La comunicación dialógica intenta a su vez dejar de lado la posición adversa entre “ellos” y “nosotros”, bajo una nueva visión integral en la que todos puedan ser parte del gran nosotros. Al incluir al otro, se generan espacios de apertura, que permitan explorar nuevas posibilidades, y de esta manera se practica la filosofía en donde los diversos sectores pueden “ganar-ganar”, dejando atrás el esquema de subordinación.

Es por esto que autores como Paulo Freire plantearon una educación liberadora, basados en el diálogo entre iguales y una democracia participativa para en alguna forma contrastar al poder. Esta postura es interesante para la comunicación en la medida que considera al ser humano como el eje para el proceso de autonomía, siendo el lenguaje y la palabra un arma vital que permiten construir nuevos escenarios y de esta forma romper el círculo del caudillaje y la autocracia, bajo relaciones horizontales en donde el diálogo es un elemento principal de esta sociedad en construcción.



La comunicación pública siempre ha existido, puesto que el ser humano, y en especial quienes se han encontrado en actividades sociales y políticas, al igual que los gobiernos locales, continuamente han emitido mensajes a la población. Con el nuevo esquema de la democracia participativa y protagónica planteada en la actual Constitución a través de figuras como el ordenamiento territorial, la autonomía, la descentralización, la “silla vacía”, la veeduría ciudadana, el control social, etc., la comunicación pública toma fuerza en nuestro país, puesto que obliga constitucionalmente a mantener informados a los ciudadanos sobre la gestión de su gobierno, además de poder difundir ideas que permiten el apoyo a sus propuestas políticas, económicas y sociales.

Por otra parte, en base a estas demandas doctrinarias constitucionales, la publicidad del gobierno de un municipio se ve precisada a ser más directa, porque la visibilidad de los administradores y de sus decisiones es mayor.

En los niveles de gobierno local es donde la comunicación pública puede ser potenciada como eje constructor de la participación ciudadana, debido a la cercanía que existe entre la ciudadanía y sus instituciones, en especial la relación que se da con los gobiernos locales. “La relación de los gobiernos locales con la comunicación se bifurca, efectivamente en dos líneas bien diferenciadas: por una parte el Municipio tiene la responsabilidad de crear e impulsar dentro de la localidad lo que podemos denominar *el espacio informativo local*, y por otra, tiene que promover la comunicación con los ciudadanos.” (Costa, 2001, p. 250).

Al formar un “espacio informativo local”, lo que se busca desde la comunicación es generar un instrumento de optimización de la tarea del gobierno local, en donde la transparencia es el eje vertical del mismo, puesto que permite a los ciudadanos conocer las actividades de la institución, para respaldarlas o rechazarlas.

Promover la comunicación con los ciudadanos es crear el ambiente propicio para que los receptores tengan a la vez la capacidad de ser emisores. A través de la comunicación se busca reforzar los sentimientos positivos, fortalecer los valores



democráticos, en donde el aporte ciudadano sea importante para la construcción participativa de una “sociedad para todos”.

Para construir la imagen de la gestión municipal es muy importante saber, por supuesto, qué es lo que la gente quiere, qué expectativas tiene sobre dicha gestión. Pero lo que quiere no solamente en términos concretos: pavimentación, alcantarillado, espacios verdes, bacheo, etc., sino también en términos simbólicos; esto es un determinado tipo de liderazgo de gestión, una continuidad de procesos, un cambio moderado, que se mejoren algunas cosas pero que no se empiece todo de cero, un cambio radical o sólo un cambio de estilo, entre otras cuestiones. Es muy importante poder interpretar la demanda de la sociedad en términos conceptuales. Sobre todo, qué está esperando en su vínculo con el funcionario, en este caso, la alcaldesa y sus concejales.

En la medida en que la gestión municipal, a través de la comunicación y las relaciones públicas esté más cercana a la población, va a ser mucho más fácil que el liderazgo local pueda consolidarse a lo largo del tiempo. Convertirse en el “mejor Alcalde o Alcaldesa” que haya tenido una urbe genera, además, una protección respecto de las crisis o eventuales problemas que se pueda enfrentar. También es muy importante sondear el estado de ánimo. La gente puede estar en una situación de esperanza, de indiferencia, de conflicto, de impotencia, etc., la misma que deberá ser detectada para ayudar a sintonizar la gestión del gobierno local con las expectativas de la comunidad.

En lo que respecta al contexto de la opinión pública en nuestro medio, se deben señalar dos particularidades fundamentales:

1. En los años recientes, la opinión de los habitantes se ha vuelto progresivamente más objetiva y menos ideológica, sobre todo en lo relacionado con la gestión local, porque es un nivel de gobierno donde se juegan cuestiones en la atención de problemas concretos.
- 2.
3. En función de eso, hay mucho más espacio para que el Alcalde/sa, el Presidente/ta de la Junta Parroquial o el dirigente comunitario pueda presentarse a la comunidad como un buen administrador, porque es la



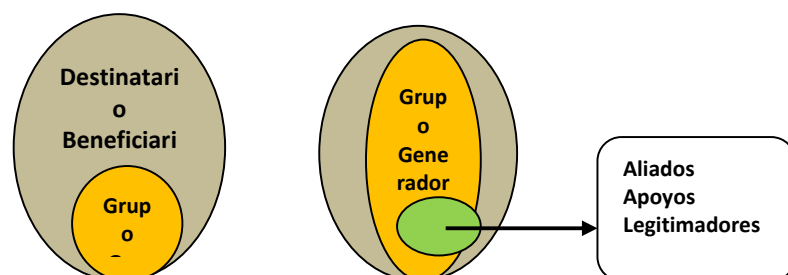
experiencia democrática más cercana a la gente, la más próxima, y, por ende, se la visualiza como la que mejor puede atender algunas demandas. En cuanto a lo político, implica una mayor identificación local, en donde lo importante son sus habitantes.

4. ALCANCES DE LA ORGANIZACIÓN Y LOS GOBIERNOS LOCALES

La comunicación ha tomado un papel vital dentro de las instituciones u organizaciones, generando esto la comunicación organizacional, que para Emiliana Urrutia es: “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos (actores) internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos” **(Fernández, 1991, p. 31).**

En las relaciones públicas es muy utilizado el término “público”, sin embargo bajo la nueva visión comunicacional es importante conceptualizar a ese público como “actores”, porque la idea no es que sean simples espectadores, sino que pasen a ser parte del grupo generador del proceso de comunicación. “Entonces el asunto no está tanto en qué bien nos comunicamos con nuestros destinatarios, sino en qué tanto dejan de ser destinatarios y pasan a ser parte del grupo generador” **(Quinto Seminario de Comunicación Ciudadana, 2003)**

Gráfico 1





FUENTE: Programa de Maestría Gerencia para el Desarrollo Social. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, 2008.

Desde esta perspectiva, en la actualidad la comunicación asume un papel preponderante en la organización, porque no funciona simplemente como un elemento marginal de la realidad, sino que constituye en sí misma la realidad.

Ante esto, la comunicación organizacional se convierte en una “herramienta estratégica” de vital importancia para las relaciones de las organizaciones con el entorno social. Es por esto que la comunicación tiene que ser entendida no como el complemento de la información, sino como el diálogo de los intereses, la mediación de las disputas, la búsqueda de la verdad, la integración social y el bien común.

Para que exista un proceso real de comunicación entre los gobiernos locales y su comunidad, no es necesario solo emitir información, sino escuchar las necesidades y los problemas cotidianos de sus ciudadanos, los mismos que pueden presentar propuestas interesantes para el desarrollo de la comunidad si se generan los canales de apertura necesarios.

Hoy, los ciudadanos demandan más y mejor información por parte de sus gobernantes y de las instituciones que los representan. Exigen información clara y precisa, pero sobre todo transparente. La ciudadanía reclama mayores niveles de participación para construir en conjunto metas y objetivos locales, regionales y nacionales, que al mismo tiempo apunten la democracia y consoliden las condiciones de bienestar individual y colectivo.

Los municipios o gobiernos locales se encuentran en la responsabilidad de generar esos espacios de participación ciudadana, en donde la comunicación sirva para conocer al otro, para escucharlo. De esta manera el grupo receptor podría pasar a formar parte del generador; y desde ahí partir en la búsqueda del bienestar común, cubriendo las necesidades básicas de los ciudadanos, por



medio de la prestación de servicios públicos acordes a las necesidades reales de la comunidad y la potenciación de las mismas gracias al trabajo en conjunto.

1.5. LA ORGANIZACIÓN COMUNICATIVA Y LA PARTICIPACION CIUDADANA

En nuestro País, la demanda de participación que se produce durante los años recientes se vincula directamente con la consolidación del llamado Estado Social de Derecho y el Plan Nacional para el Buen Vivir (Sumak Kausay), con la crítica de sus aspectos más negativos, en particular el predominio de las élites partidocráticas y tecnocráticas Públicas y privadas, la manipulación de la información pública y la incomunicación con la sociedad.

La participación ciudadana en el Ecuador tomó mayor fuerza a partir de la década de los ochenta, esto debido a que: “El retorno a la democracia implicó una revitalización de los partidos políticos y un énfasis en la institucionalización que privilegió los esfuerzos de construcción de las instituciones propias del sistema político guiados por una lógica de gobernabilidad” **(Ortiz, 2004, p. 24).**

Hacia los años noventa, los movimientos sociales toman la iniciativa en la revalorización de los derechos ciudadanos frente al Estado, siendo uno de los fundamentales el derecho a la información. Es por esto que los movimientos indígenas, feministas y ecologistas, entre otros, plantean críticas a la inmovilidad social y proponen el “empoderamiento, la participación en lo local y el autogobierno como ámbitos y estrategias dirigidos a enfatizar las responsabilidades ciudadanas” **(Ortiz, 2004, p. 27).**

Sin embargo de este aparente retorno a la vida democrática, en la práctica ello no significó una participación real de la ciudadanía y una mejora en su calidad de vida. La realidad contrasta con la teoría, porque los representantes obedecen a sus grupos de poder económico, político y social, razón por la cual este concepto sigue sin materializarse y se promueve la ampliación de la democracia bajo un punto de vista más integral e incluyente, orientado a defender la diversidad de culturas y valores, planteando una democracia alternativa, vinculada a lo local.



Es en espacios, como los gobiernos locales, las Juntas Parroquiales y los pequeños municipios donde se debe generar una mejor cultura democrática y participativa, que se complemente con la democracia representativa en los ámbitos nacionales, instaurando esto la articulación y redistribución del poder a los ciudadanos.

Por otra parte se habla de la desnaturalización de las prácticas participativas por parte de la burocracia estatal, al evidenciarse la tensión entre gobernantes y gobernados y ponerse en duda la probabilidad del debate público como dinámica participativa. Desde esta óptica “los ciudadanos son vistos como faltos de información y experiencia profesional y, por ende, se asume que su intervención en las actividades administrativas producen retrasos, conflictos y costos en las operaciones.”

(Curnill, 1997, p. 114). Por lo expuesto, se plantea que “para avanzar en el camino de la participación ciudadana se debe garantizar el **acceso a la información**, a los procesos de toma de decisiones y a la justicia; estos elementos configuran una suerte de modelo básico para la construcción de una democracia participativa.” **(Zanzzì, 2007, p. 54).**

Las formas de participación se las puede clasificar de la siguiente manera:

Participación comunitaria: acciones ejecutadas colectivamente por los ciudadanos en la búsqueda de soluciones a las necesidades de la vida cotidiana.

Participación Social: proceso de agrupamiento de los individuos en distintas organizaciones de la sociedad civil para la defensa y representación de sus intereses

Participación Política: es la intervención de los ciudadanos a través de ciertos instrumentos para lograr la materialización de los intereses de una comunidad política



Participación Ciudadana: es la intervención de los ciudadanos en la esfera pública en función de los intereses sociales. Lo que se busca con este tipo de participación es la intervención directa de los sujetos sociales en las actividades públicas.

La participación es entonces “una relación social de poder mediante la cual una pluralidad de actores ciudadanos ejerce su derecho de intervenir en los procesos decisorios y reorientar el uso de los recursos en función de sus aspiraciones, incrementando su autonomía, afirmando su identidad y reconociendo sus intereses como parte de la comunidad política mediante formas de democracia directa en todas las esferas de la sociedad y del Estado. (Ortiz, 2004, p. 46).

Al poner en práctica la participación ciudadana y los procesos de diálogo, indirectamente se fomenta la rendición de cuentas por parte de los ciudadanos a sus autoridades y viceversa, lo que determina mayor transparencia y eficiencia en el gasto público.

Pero la participación ciudadana corre el riesgo de quedarse en simple enunciado, si estos procesos se deslegitiman y no generan los resultados deseados, puesto que la ciudadanía, por más deseosa que esté de plantear propuestas y convertirse en actores protagonistas del desarrollo local, ante las continuas decepciones por las prácticas tradicionales desde el poder de turno, se vuelven apáticas y negativas a las nuevas posibilidades de cambio o mejoras en la calidad de vida. Es por esto que a pesar de las innumerables reformas realizadas desde el Estado para acercarse al ciudadano, estas no han tenido la respuesta deseada, puesto que las mismas se han concentrado en la modernización del aparato burocrático y no en una apertura del Estado hacia los ciudadanos.

Lograr una mayor democracia participativa es un trabajo arduo y difícil puesto que, como argumentan algunos autores, no es sólo necesario la participación ciudadana, sino el respeto y la apertura desde la institución a estos procesos, por lo que se necesita:



- a) Un componente activo que comprende las actuaciones de la sociedad civil (concienciación, educación, movilización social, exposición a la opinión pública, etc.), y
- b) Un componente institucional referido a la garantía de los derechos ciudadanos.

Para finalizar, participar a nivel de los gobiernos locales, no solo implica que los ciudadanos se apropien de los procesos, sino que desde los municipios se generen los espacios de apertura, democratización y cambio, para de esta forma poder concatenar los intereses de la sociedad civil, el sector privado y el Estado, bajo una sola visión.

BIBLIOGRAFIA CONVENCIONAL

LACLAU, Ernesto (2005). ***La razón populista***. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.

ARCE, Rodrigo; HERZ, Walter (2004). ***De excluidos a protagonistas: el desafío de promover capacidades locales***. Lima: Red Perú de Iniciativas de Concertación para el Desarrollo Local.

MURIEL, María Luisa; ROTA, Gilda (1980). ***Comunicación institucional: enfoque social de relaciones humanas***. Quito: Editora Andina.

DUBRAVCIC, Martha (2002). ***Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales***. Quito: Corporación Editorial Nacional.

QUINTO SEMINARIO DE COMUNICACIÓN CIUDADANA: ESPACIO LOCAL. ***¿Comunicación popular: es o se hace?***. Buenos Aires: Centro Nueva Tierra, 3, 4 y 5 de octubre del 2003. pág. 14.

COSTA, Pere-Oriol (2001). ***Dirección de comunicación empresarial e institucional: comunicación pública en el ámbito local***. Barcelona: Gestión 2000. pág. 250.



FERNÁNDEZ, Carlos (1991). ***La comunicación en la Organización***. México: Editorial Trillas. pág. 31.

ORTIZ, Santiago (2004). ***El proceso de participación para el desarrollo de Cotacachi***. Quito: FLACSO. pág. 24

CURNILL, Nuria (1997). ***Repensando lo público a través de la sociedad***. Caracas: Editorial Nueva Sociedad. pág.114.

ZANZZI, Fabricio (2007). ***La división territorial político-administrativa con base en la participación ciudadana***. Milagro: Universidad Estatal de Milagro. pág. 54.

BLIOGRAFIA ELECTRONICA

DAGRON, Alfonso. ***El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social***. [En línea]. En: www.Geocities.com/ArtMosqueteros.html.



CAPITULO II

2.1. BREVE HISTORIA DEL CANTON SIGSIG



En la Cueva negra de Chobshi se encuentran algunos de los vestigios más antiguos de la presencia del hombre temprano en el Ecuador. Pasaron muchos siglos y distintos grupos humanos dejaron su huella arqueológica en el sector.

El más importante fue el conglomerado cañari, en testimonio de cuyo paso han quedado innumerables restos cerámicos y en muchos nombres del lugar, como el de Sigsig, que parece provenir de la planta llamada sigsal, muy abundante en el sitio. El Sigsig es la tierra del valeroso Cacique Duma, que capitaneó a la confederación cañari y venció en principio al Inca invasor Túpac Yupanqui.

En el período de desarrollo regional (500 D.C.), la orfebrería tuvo auge en el área; el mejor testimonio de esto es el conjunto de piezas que exhibe el Museo del Indio Americano de Nueva York, bajo el nombre de “Tesoro del Sigsig”. En la Colonia, en 1535, los españoles explotaron las minas de Santa Bárbara (en el actual Pueblo Viejo); en 1540, fundaron el asiento de San Sebastián de Sigsig.

En la época republicana, el cantón permaneció como zona agrícola hasta fines del siglo XIX; en el siglo pasado cobra auge la minería y la confección del sombrero de paja toquilla, actividad esta última, que aún se la practica.²

El cantón Sigsig tiene una gran historia, vestigios arqueológicos, restos cerámicos . la explotación de minas, la agricultura, las artesanías :Como la elaboración de los sombreros de paja toquilla , la fabricación de las mejores guitarras del Ecuador , todo esto en conjunto ha fomentado al desarrollo de este cantón del austro ecuatoriano.

Durante la presidencia del Dr. Gabriel García Moreno la Asamblea Constituyente, reunida en Quito el 10 de abril de 1861, decretó que Sigsig se desvincule del Cantón Gualaceo y pase a formar parte del recién creado Cantón Gualaquiza permaneciendo 3 años bajo su jurisdicción política. Administrativa

El 16 de Abril de 1864 el Congreso Nacional promulgó el decreto correspondiente, sancionado por el propio Presidente García Moreno, en el que se designa a la Parroquia Sigsig como cabecera del cantón Gualaquiza.

² Véase : <http://leyendasdelsigsig.blogspot.com/2011/03/leyendas-del-canton-sigsig.html>
[jueves 24 de Marzo del 2011]



Desde entonces sobrevinieron una serie de cambios político-administrativos que mantuvieron en expectación al Cantón, ya que incluso llegó a ser nombrado capital de la Gobernación de Sur Oriente, hasta el 13 de septiembre de 1939, fecha en que por decreto oficial pasó a denominarse de manera definitiva Cantón Sigsig.³

Sígsig conserva a un una historia oral sobre las diversas etapas de su formación, alimentada por la presencia de varios grupos indígenas, sobre los conquistadores y colonos que arribaron en busca del tan preciado oro, y sobre quienes atravesaron estas tierras, puerta al oriente. Actualmente quienes viven en región ofrecen con su calidez humana la posibilidad de poder disfrutar y compartir la vivencia cotidiana y enriquecedora de la siembra, la cosecha, la minga, la elaboración del adobe, el entechado, la cría de animales, la preparación de la paja, del barro, de la lana, etc.⁴

Llena de cultura tradición y manifestaciones propias, expresadas en el arte y la artesanía, la música, la danza, la gastronomía, los sabores ancestrales, la tradición oral del origen de las guacamayas y la serpiente, los cerros y lagunas sagradas, los antepasados honrosos de los caciques cañarís, las alianzas con el incario y los vestigios de su presencia, el funcionamiento de la Comuna San Sebastián y su particular organización que aún persiste, el pasado colonial y la presencia de una religiosidad ferviente.

En este cantón todavía se vive un ambiente de paz y tranquilidad, aún se respira aire puro, los niños pueden jugar en los espacios verdes y la gente pasear libremente por sus calles y veredas.

La agricultura, ganadería y artesanías como tejidos de paja toquilla, lana, zapatería y alfarería generan ingresos importantes para las familias que mueven la economía del cantón.

Así mismo los vastos maizales huertos, hortalizas y frutales muestran la riqueza de sus suelos y la tenacidad de su gente por hacer producir la tierra.

³ Revisar en : <http://www.sigsig.gob.ec/?mod=texto&tip=2>
Fecha de actualización[07 de Julio del 2010]

⁴ (<http://www.sigsig.gob.ec/?mod=texto&tip=2>, 2010)



Caminando por sus calles o plaza de Sigsig es muy común observar a mujeres con atados de paja en sus brazos que minutos mas tarde podrá ser lucido por los visitantes convertidos en hermosos sombreros de paja toquilla. El Sigsig constituye un testimonio arquitectónico, arqueológico y cultural de la historia ecuatoriana

Sígsig está enclavada en una geografía de hermosos parajes, que van desde valles hasta pajonales, bosques protectores, fuentes de aguas, ríos y lagunas. Su ecosistema es único alrededor de la laguna de Ayllón, las alturas de Matanga, Amorgeo, Mesaloma, Huallil, Curín y Sondeleg, así como las playas de Zhingate.

En agosto de 2002, el cantón fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador, como reconocimiento a su diversidad natural y cultural, que se ha preservado a lo largo de la historia. Su centro histórico consta de antiquísimas construcciones, en las que predominan los balcones labrados en muros de adobe y tierra, que evocan a la época republicana del Ecuador. Estos se encuentran en ubicados, principalmente, en las Calles Espinosa, García Moreno y la Plaza.⁵

El más importante fue el conglomerado cañari, en testimonio de cuyo paso han quedado innumerables restos cerámicos y en muchos nombres del lugar, como el de Sigsig, que parece provenir de la planta llamada sigsal, muy abundante en el sitio. El Sigsig es la tierra del valeroso Cacique Duma, que capitaneó a la confederación cañari y venció en principio al Inca invasor Túpac Yupanqui. En el período de desarrollo regional (500 D.C.), la orfebrería tuvo auge en el área; el mejor testimonio de esto es el conjunto de piezas que exhibe el Museo del Indio Americano de Nueva York, bajo el nombre de “Tesoro del Sigsig”. En la Colonia, en 1535, los españoles explotaron las minas de Santa Bárbara (en el actual Pueblo Viejo); en 1540, fundaron el asiento de San Sebastián de Sigsig siembra, la

Sígsig conserva a un una historia oral sobre las diversas etapas de su formación, alimentada por la presencia de varios grupos indígenas, sobre los conquistadores y colonos que arribaron en busca del tanpreciado oro, y sobre quienes atravesaron estas tierras, puerta al oriente. Actualmente

⁵ (<http://www.elmigrante.com.ec/articulo/turismo/san-sebastian-de-sigsig-parte-de-la-historia-ecuatoriana>, 2011)



quienes viven en región ofrecen con su calidez humana la posibilidad de poder disfrutar y compartir la vivencia cotidiana y enriquecedora de la En la Cueva negra de Chobshi se encuentran algunos de los vestigios más antiguos de la presencia del hombre temprano en el Ecuador. Pasaron muchos siglos y d En la época republicana, el cantón permaneció como zona agrícola hasta fines del siglo XIX; en el siglo pasado cobra auge la minería y la confección del sombrero de paja toquilla, actividad esta última, que aún se la practica.⁶

El cantón Sigsig tiene una gran historia, vestigios arqueológicos, restos cerámicos. La explotación de minas, la agricultura, las artesanías: Como la elaboración de los sombreros de paja toquilla, la fabricación de las mejores guitarras del Ecuador , todo esto en conjunto ha fomentado al desarrollo de este cantón del austro ecuatoriano.

Durante la presidencia del Dr. Gabriel García Moreno la Asamblea Constituyente, reunida en Quito el 10 de abril de 1861, decretó que Sigsig se desvincule del Cantón Gualaceo y pase a formar parte del recién creado Cantón Gualaquiza permaneciendo 3 años bajo su jurisdicción política. Administrativa

El 16 de Abril de 1864 el Congreso Nacional promulgó el decreto correspondiente, sancionado por el propio Presidente García Moreno, en el que se designa a la Parroquia Sigsig como cabecera del cantón Gualaquiza.



Desde entonces sobrevinieron una serie de cambios político-administrativos que mantuvieron en expectación al Cantón, ya que incluso llegó a ser nombrado capital de la Gobernación de Sur Oriente, hasta el 13 de septiembre de 1939, fecha en que por decreto oficial pasó a denominarse de manera definitiva Cantón Sigsig.⁷

⁶ Véase : <http://leyendasdelsigsig.blogspot.com/2011/03/leyendas-del-canton-sigsig.html>
[jueves 24 de Marzo del 2011]

⁷ Revisar en : <http://www.sigsig.gob.ec/?mod=texto&tip=2>
Fecha de actualización[07 de Julio del 2010]



Sígsig conserva a un una historia oral sobre las diversas etapas de su formación, alimentada por la presencia de varios grupos indígenas, sobre los conquistadores y colonos que arribaron en busca del tanpreciado oro, y sobre quienes atravesaron estas tierras, puerta al oriente. Actualmente quienes viven en región ofrecen con su calidez humana la posibilidad de poder disfrutar y compartir la vivencia cotidiana y enriquecedora de la siembra, la cosecha, la minga, la elaboración del adobe, el enteché, la cría de animales, la preparación de la paja, del barro, de la lana, etc.⁸

Llena de cultura tradición y manifestaciones propias, expresadas en el arte y la artesanía, la música, la danza, la gastronomía, los sabores ancestrales, la tradición oral del origen de las guacamayas y la serpiente, los cerros y lagunas sagradas, los antepasados honrosos de los caciques cañarís, las alianzas con el incario y los vestigios de su presencia, el funcionamiento de la Comuna San Sebastián y su particular organización que aún persiste, el pasado colonial y la presencia de una religiosidad ferviente.

En este cantón todavía se vive un ambiente de paz y tranquilidad, aún se respira aire puro, los niños pueden jugar en los espacios verdes y la gente pasear libremente por sus calles y veredas.

La agricultura, ganadería y artesanías como tejidos de paja toquilla, lana, zapatería y alfarería generan ingresos importantes para las familias que mueven la economía del cantón.

Así mismo los vastos maizales huertos, hortalizas y frutales muestran la riqueza de sus suelos y la tenacidad de su gente por hacer producir la tierra.

Caminando por sus calles o plaza de Sígsig es muy común observar a mujeres con atados de paja en sus brazos que minutos mas tarde podrá ser lucido por los visitantes convertidos en hermosos sombreros de paja toquilla.

El Sígsig constituye un testimonio arquitectónico, arqueológico y cultural de la historia ecuatoriana

⁸ (<http://www.sigsig.gob.ec/?mod=texto&tip=2>, 2010)



Sígsig está enclavada en una geografía de hermosos parajes, que van desde valles hasta pajonales, bosques protectores, fuentes de aguas, ríos y lagunas. Su ecosistema es único alrededor de la laguna de Ayllón, las alturas de Matanga, Amorgeo, Mesaloma, Huallil, Curín y Sondeleg, así como las playas de Zhingate.

En agosto de 2002, el cantón fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador, como reconocimiento a su diversidad natural y cultural, que se ha preservado a lo largo de la historia. Su centro histórico consta de antiquísimas construcciones, en las que predominan los balcones labrados en muros de adobe y tierra, que evocan a la época republicana del Ecuador. Estos se encuentran en ubicados, principalmente, en las Calles Espinosa, García Moreno y la Plaza.⁹

2.2. DIVISION POLITICA Y ADMINISTRATIVA DEL CANTON SIGSIG

Datos generales: ubicación, geografía y extensión territorial

El cantón Sígsig se encuentra ubicado a 60 km del Cantón Cuenca, al Sureste de la Provincia del Azuay y a 2640 m.s.n.m. Está formado por seis parroquias rurales y una parroquia urbana, que lleva el mismo nombre, cuya extensión territorial corresponde al siguiente cuadro:

Cutchil	132.4 Km2
Guel	15.20 Km2
Jima	192.7 Km2
Ludo	69.90 Km2
San Bartolomé	34.40 Km2
San José de Raranga	49.10 Km2
Sígsig	148.9 Km2
TOTAL:	642.8 Km2

⁹ (<http://www.elmigrante.com.ec/articulo/turismo/san-sebastian-de-sigsig-parte-de-la-historia-ecuatoriana>, 2011)



Ubicación:

Sureste de la Provincia del Azuay

Longitud Occidental: 78°52'05"

Latitud Sur: 03°03'03"

Límites:

Norte: Cantones Gualaceo, Chordeleg, y Cuenca.

Sur: Cantón Nabón, y la Provincia de Morona Santiago.

Este: Provincia de Morona Santiago.

Oeste: Cantones Cuenca y Girón.

Altitud Media:

2500 m.s.n.m.

Clima:

En el centro cantonal y en el valle, mesotérmico y semihúmedo de 12 a 18°C.

En la mesetas, húmedo templado de 12 a 18°C.

En la Cordillera, frío de 6 a 12°C.

Hidrografía:

Ríos Principales: Santa Bárbara, Bolo o Pamar.

Ríos Secundarios: Alcacay, Riote, Altar, Ayllón, Moya y Minas.



Lagunas: Ayllón, Santa Bárbara, Santo Domingo, Cebadilla, Verde-Chocha, Shuriguiña, Canal Cocha, Nárig, Chobshi, Quingor y Encantada.

Suelos:

Entisoles, Vertisoles, Inceptisoles y Alfisoles erosionables, con fertilidad media, apropiados para pastos, cultivos agrícolas y frutícolas dependiendo de su localización. Pendientes entre 12 y 70 %.¹⁰

Centro Histórico

El centro histórico de Sígsig tiene dos conjuntos urbanos bien caracterizados: el centro antiguo con casas dispuestas en hilera y el centro moderno con arquitectura vernácula que guarda construcciones con valor cultural. Las fachadas de la viviendas son simples, sutilmente adornadas en sus frentes por balcones y aleros, muestran una textura rica y variada, con colores en sus paramentos y elementos constructivos.

El Ministerio de Educación y Cultura, con el fin de proteger el patrimonio cultural, arquitectónico y urbano de la ciudad de Sígsig, declaró a su centro histórico como “Bien perteneciente al Patrimonio Cultural de la Nación”. Esta área declarada como patrimonio presenta características especiales, que la convierten en una zona de importante interés arquitectónico urbano y paisajístico.¹¹

¹⁰ <http://www.sigsig.gov.ec/index.php?mod=texto&tip=3>

¹¹ <http://yebool.com.ec/ecuador/regiones/sierra/provincia-de-azuay/cantones-azuay/sigsig>



2.3 POBLACION URBANA Y RURAL

La población total del catón es de 24.635 habitantes y aquella a la que afectará directamente el proyecto representa el 27.31%, esto es 6.728 habitantes.

Sígsig Urbano	3,327	13.51%
Periferia Sígsig Urbano	6,728	27.31%
Parroquia Sígsig Urbano y Periferia	10,055	40.82%
Parroquia Cuchil	1,592	6.46%
Parroquia Jima	3,226	13.10%
Parroquia Guel	1,267	5.14%
Parroquia Ludo	3,064	12.44%
Parroquia San Bartolomé	3,381	13.72%
Parroquia San José de Raranga	2,050	8.32%
Total Parroquias Rurales	14,580	59.18%
TOTAL CANTÓN	24,635	100.00%

El cantón del Sígsig se ha caracterizado por contar con una población mayoritariamente rural, pero la tendencia de las últimas 2 décadas, es a dejar el campo y poblar en forma discreta el área urbana, fenómeno que ocurre en muchas provincias del Ecuador, y que no es una excepción en el caso del cantón Sígsig, comportamiento que se ve reflejada en los últimos tres censos nacionales en las cuales la tasa de crecimiento de la población urbana aumenta de 1.3% en el periodo de 1982 - 1990, en el periodo de 1990 - 2001 hasta el 10.6%, en tanto que la población rural decrece para el periodo de 1990 - 2001 con una tasa negativa de -1.8 %.

En cuanto al crecimiento demográfico que ha experimentado el cantón entre los censos de 1990 a 2001 se puede comentar que existe un decrecimiento que refleja una tasa negativa de – 1.89%, debido a la migración de los habitantes hacia ciudades como Cuenca y Guayaquil, y a países extranjeros, fundamentalmente Estados Unidos, España e Italia.¹²

Distribución de la población, según Parroquias - 2001

¹² <http://www.sigsig.gob.ec/?mod=texto&tip=1>



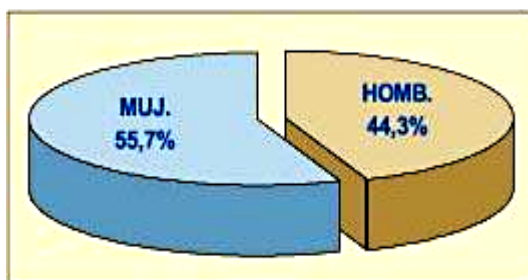
PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	%
TOTAL	24,635	10,914	13,721	
SIGSIG (URBANO)	3,327	1,480	1,847	14%
ÁREA RURAL	21,308	9,434	11,874	86%
PERIFERIA	6,728	2,963	3,765	27%
CUCHIL (CUTCHIL)	1,592	692	900	6%
JIMA	3,226	1,465	1,761	13%
GUEL	1,267	524	743	5%
LUDO	3,064	1,368	1,696	12%
SAN BARTOLOMÉ	3,381	1,545	1,836	14%
SAN JOSÉ DE RARANGA	2,050	877	1,173	8%

En cuanto a la composición de la población del Sígsig por sexo se hace un análisis del último censo donde se puede apreciar que existe una cantidad mayor de mujeres que de hombres, lo cual permite concluir que hay una relación de desigualdad por lo que existe mayor disponibilidad de fuerza de trabajo en función del género.

Población cantonal - 2001

ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	24,635	10,914	13,721
URBANA	3,327	1,480	1,847
RURAL	21,308	9,434	11,874

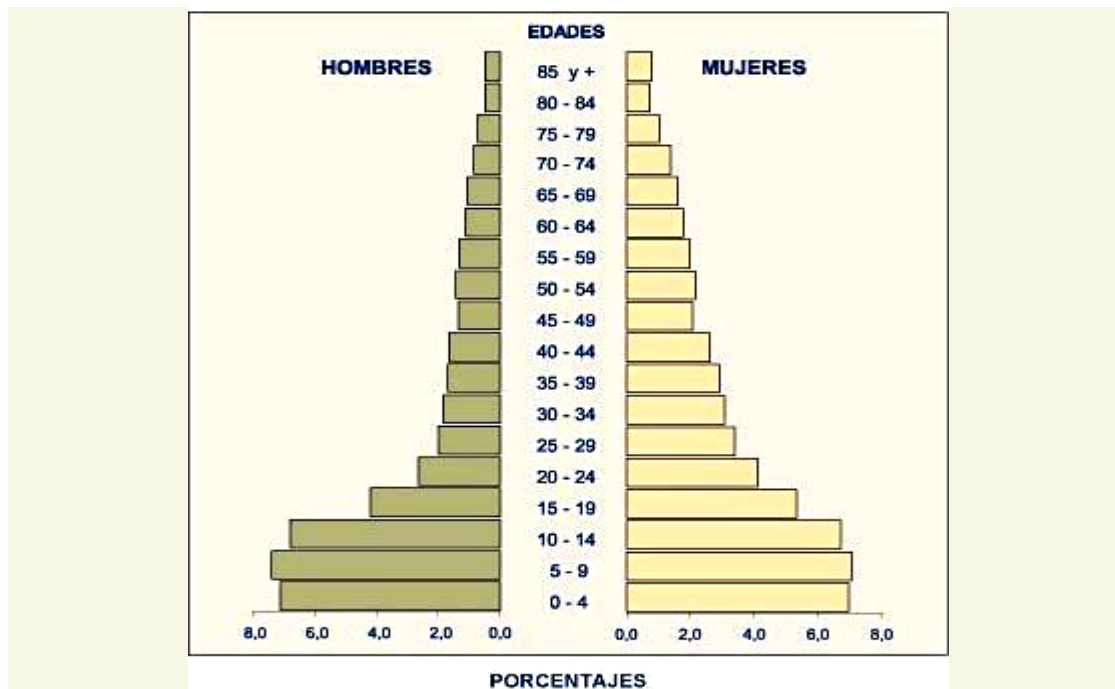
Población por sexo - 2001



El cantón Sigüig, presenta una pirámide de edades muy amplias en su base, lo que implica que se cuenta con una importante cantidad de su población comprendida entre cero y catorce años, lo que permite pensar que se tendrá mucha mano de obra joven a

mediano plazo, lo que es positivo para el cantón en cuanto a su proyección de crecimiento económico. Ver el siguiente gráfico.

Pirámide Poblacional



2.4. AMBITO ECONOMICO PRODUCTIVO

En el cantón la base económica se sustenta en la: agricultura, la manufactura y los servicios; tres rubros que sumados absorben al 91% de la población económicamente activa.

A pesar de que aproximadamente un 80% del territorio del cantón se encuentra concesionado para la explotación minera, solamente el 2% de la población económicamente activa participa de esta actividad.

Labores como la construcción y el comercio ocupan a una parte reducida de la población y no representan actividades sustentables.

Sector Agropecuario

De acuerdo al cuadro que se detalla a continuación podemos observar que el cantón Sigsig es eminentemente agropecuario, por lo que se constituye en la principal actividad de la base económica del cantón.

Uso del suelo del Cantón Sígsig - 2001

	San Bartolomé	Lud o	San J. de Raranga	Jima	Cuchil	Sígsig	Guel	TOTAL	%
Km.2	31.6	69.90	49.10	192.70	132.40	148.90	15.20	612.80	100%
Cultivo ciclo corto	17.93	19.73	7.65	34.09	55.09	53.74	8.26	178.49	27.77%
Cultivo permanente	0.33	0.05	-	0.21	-	0.42	-	1.01	0.16%
Pastos	6.55	29.07	21.43	107.20	55.09	31.05	4.50	254.88	39.65%
Páramos	0.52	1.37	7.89	4.01	3.15	64.41	0.26	81.62	12.70%
Montes y bosques	5.56	14.29	8.94	38.69	17.41	15.11	1.43	101.44	15.78%
Descanso	0.19	0.89	0.52	1.02	-	0.52	0.37	3.52	0.55%
Otras tierras	3.52	4.49	2.68	2.18	1.66	1.67	0.37	21.86	3.40%

El 27.77% del suelo se encuentra ocupado por cultivos de ciclo corto predominando la parroquia de Cuchil con una superficie de 55.09Km², y le sigue la parroquia del Sígsig con una extensión de 53.74Km².

Mientras que el 39.65% de la superficie total se encuentra ocupado por pastos, predominando la parroquia de Jima con 107 km² de extensión.

Sector artesanal



Los artesanos sigseños, son reconocidos por su talento a la hora de tejer insumos con paja toquilla. Sombreros, bolsos, adornos y juguetes, son exportados desde este cantón al mercado mundial.

Las piezas que se comercializan en el cantón son producto del ingenio de su gente, quienes en 2009 buscaron consolidarse en el arte de elaborar objetos de toquilla, construyendo "el sombrero más grande del mundo".

Este objeto conmemorativo, fue elaborado mediante un trabajo manual de crochet, realizado por 140 trabajadoras de la Asociación de toquilleras María Auxiliadora, y su durante un período de 3 meses. Mide 3 metros de plantilla por 2 metros de copa.¹³

En el pueblo podrá encontrar varios locales donde adquirir los sombreros y de mas objetos elaborados por los artesanos. Es notable también su habilidad para realizar bordados y piezas de orfebrería. La parroquia rural de San Bartolomé es muy conocida a nivel nacional, por las guitarras finas, requintos,

¹³ <http://www.elmigrante.com.ec/articulo/turismo/san-sebastian-de-sigsig-parte-de-la-historia-ecuatoriana>



flautas, ronda-dores, violines, bandolas, etc., que en ella se fabrican. En la Asociación de toquilleras 24 de Mayo se pueden adquirir todo tipo de objetos en paja, en cerámica y tallados en madera. Interesante muestra de la riqueza sigseña y de su técnica para el trabajo de los metales desde épocas remotas, es el mascarón de oro, adoptado como logotipo del Banco Central, encontrado en 1940.

Parte de la población rural es complementaria a las labores agropecuarias y constituye otra fuente de ingreso.

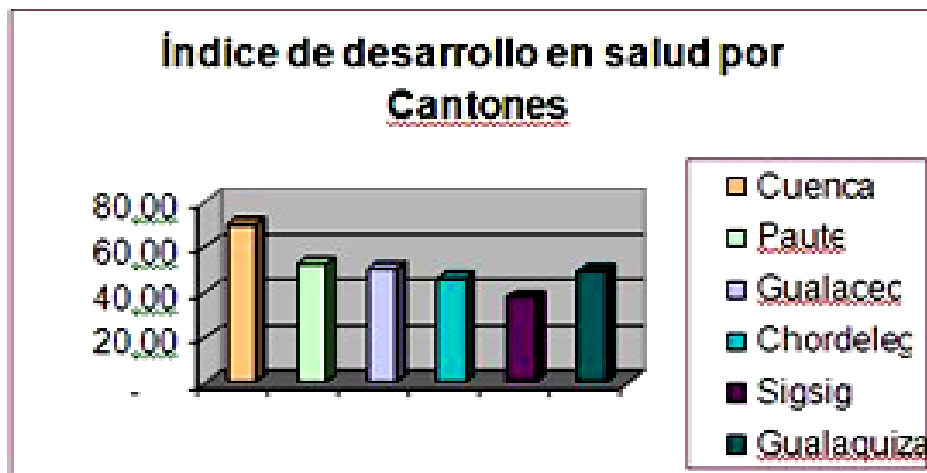
Esta actividad es practicada aproximadamente en un 87% por las mujeres en todo el cantón, la producción artesanal en calidad y cantidad no es la deseada, debido a diversos factores como el hecho de no contar con mercados para la comercialización de los productos, la carencia de capital de trabajo para el aprovisionamiento de materia prima e insumos, el apoyo al sector artesanal es insuficiente por parte de las instituciones.

Sector Turístico

La actividad turística como fuente generadora de recursos económicos es incipiente (2.6% de la PEA) a pesar de que en el cantón cuenta con importantes áreas naturales, vestigios arqueológicos, y una cultura rica en tradiciones.

Sector Salud

El índice de desarrollo en Salud – que considera: mortalidad infantil, desnutrición, crónica, saneamiento básico de las viviendas, dotación de agua y personal de salud – para Sigsig es del 37.8%, el más bajo de la región de influencia inmediata.



2.5. EL GOBIERNO DE SÍGÜIG Y SU ENTORNO

CONCEJO CANTONAL

Alcaldesa: Aramita Jiménez

Concejales urbanos: Mario Benítez - Tobías León - Jorge Ramos

Concejales rurales: Carmela Malla - Francisco Pizarro - Luisa Yari - Rosendo Carchipulla

COMISIONES

- **Comisión de Finanzas:**
Ing. Francisco Pizarro; Dra. Carmela Malla; y Sr. Mario Benítez.
- **Comisión de Planeamiento, Urbanismo y Obras Públicas:**
Sr. Mario Benítez; Ing. Francisco Pizarro y Sr. Tobías León.
- **Comisión de Educación, Cultura y Deportes:**
Sr. Tobías León; Sr. Jorge Ramos; y, Srta. Luisa Yari.
- **Comisión de Parroquias:**
Dra. Carmela Malla; Ing. Francisco Pizarro y Sr. Rosendo Carchipulla.
- **Comisión de Servicios Públicos, "MERCADOS":**
Srta. Luisa Yari; Sr. Rosendo Carchipulla; y Sr. Mario Benítez.



- **Comisión de Salud y Ambiente:**
Sr. Rosendo Carchipulla; Srta. Luisa Yari y Sr. Jorge Ramos.
- **Comisión de Patrimonio y Turismo:**
Sr. Jorge Ramos; Sr. Tobías León; y la Dra. Carmela Malla.

El primer concejal nombrado de cada comisión preside la misma.

La Municipalidad de Sigüig, como gobierno local, y por tanto como primera institución de la sociedad sigüig, se constituye en la promotora, coordinadora y reguladora del progreso cantonal.

Entre sus obligaciones están las de cumplir y hacer cumplir las leyes que rigen la existencia misma de la institución e impulsar el desarrollo local, proyectando confiabilidad en el manejo y utilización de los recursos, implementando acciones a través de una política de planificación y gestión participativa para el mejoramiento de los servicios, valorizando la obra pública, invirtiendo eficientemente sus recursos, desterrando el paternalismo y la corrupción. Su responsabilidad fundamental es la de

Proyectar al cantón en su conjunto hacia el desarrollo humano sostenible; respetando a los gobiernos parroquiales y a todas las instancias y actores locales y no locales, gubernamentales y no gubernamentales, que se dirijan hacia el mismo fin.¹⁴

Las Juntas Parroquiales, Comités de Desarrollo Parroquial, y Mesas de Concertación, son instancias coordinadoras y promotoras de la autogestión y gestión de las ideas y mecanismos de transformación de la comunidad, que junto al gobierno cantonal y otras organizaciones de la sociedad civil, proyectan y ejecutan acciones con el fin de materializar el mejoramiento de las condiciones de vida y la superación de sus habitantes a través de un desarrollo comunitario con altos grados de responsabilidad ciudadana,

participación social, equidad y solidaridad, orientadas a solucionar los problemas básicos comunitarios y hacer realidad la satisfacción de las necesidades humanas en un ambiente saludable, seguro, solidario y democrático.

¹⁴ <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/institucion.php?cd=122>



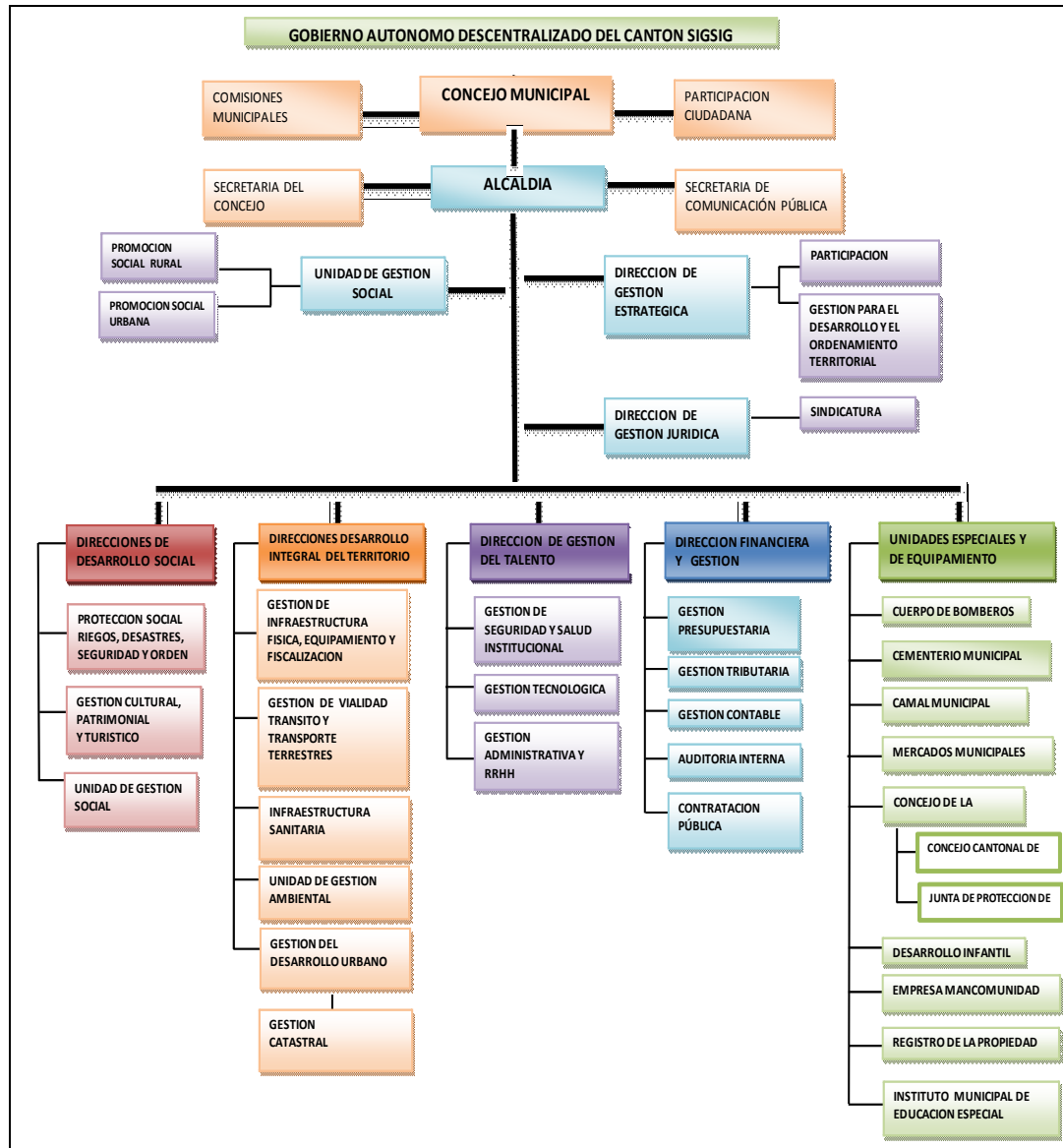
2.5.1 AMBITO INSTITUCIONAL- ORGANIZATIVO

VISIÓN

El Gobierno Cantonal Descentralizado de Sigsig ha desarrollado un modelo sostenible de gestión, asegurando el progreso integral del sus habitantes y garantizando la accesibilidad permanente de la colectividad urbana y de las comunidades rurales a los servicios sociales, a la infraestructura sanitaria básica, a las acciones de apoyo a la producción, a las obras de equipamiento en general y a otras actividades generadoras de ingresos, contribuyendo así a mejorar sus condiciones de vida.

MISIÓN

Contribuir, mediante un modelo de gestión moderno, eficiente y eficaz del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sigsig, a mejorar los estándares de vida de su comunidad urbana y de su medio rural, reduciendo los niveles de pobreza a través de la accesibilidad cierta de sus habitantes a mejores servicios públicos, a eficientes condiciones de convivencia y seguridad y a modernizadas acciones municipales que propicien nuevos emprendimientos productivos comunitarios, que aseguren mejores patrones de vida en el cantón.





Secretaría de Comunicación Pública

Con el ánimo de transparentar el accionar de la actual administración municipal, se crea en el año 2010 la Secretaría de Comunicación Pública, como un órgano asesor dentro de los niveles de prioridad dentro del nuevo orgánico funcional de la Institución, sin embargo, hasta la fecha no se conoce a cabalidad las funciones que deberá cumplir el encargado de este Departamento Municipal, así como tampoco se ha especificado el perfil de la persona que ocupará el cargo.

Por ahora, lo que existe es la presencia de un Comunicador Social, que hace las veces de Relacionista Público y es el encargado a medida de sus posibilidades y en base a los escasos recursos técnicos y materiales; de manejar la Comunicación externa e interna del Gobierno Municipal.

Mayores detalles respecto la Secretaría de Comunicación Pública del Municipio de Sigsig, los analizaremos en los capítulos siguientes



CAPITULO III:

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1. INTRODUCCION

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en la formulación de una serie de preguntas a un determinado grupo de personas que constituyen una muestra de la población total y que son respondidas sobre la base de un cuestionario.

La encuesta es la técnica cuantitativa más utilizada para la obtención de información primaria y precisamente basándonos en ello decidimos aplicarla a la población del cantón Sigsig para ello de una población aproximada a 26.000 habitantes tomamos como referencia la población económicamente activa que de acuerdo al censo de 2010 es de 14.457 habitantes, en base a ello aplicamos la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

En donde

N= Población Económicamente activa total

n= muestra

e= margen de error al cuadrado

Entonces

$$n = \frac{14457}{1 + 14457(5\%)^2}$$

$$n = \frac{14457}{1 + 14457(0,0025)}$$

$$n = \frac{14457}{1 + 14457(0,0025)}$$



14458(0,0025)

14457

n=-----

36,145

n= 399,97

Redondeando fueron seleccionadas 400 personas para someterse a la investigación, de las cuales 370 fueron miembros de la sociedad de distintos estratos sociales y que residen en la cabecera cantonal y las 6 parroquias rurales del cantón.

Las 30 personas restantes fueron seleccionadas del público interno de la institución que para entonces no superaba 100 miembros en su totalidad.

La aplicación de la encuesta duró aproximadamente 15 días, se debió sortear algunas dificultades pero al final se cumplió con el cometido que a lo largo del presente capítulo iremos desarrollando.

3.2. PERCEPCIONES DE LOS ACTORES LOCALES

Para conocer las percepciones de los actores locales se estructuró una encuesta que busca despejar las dudas planteadas a través de las hipótesis al inicio de la presente tesis, para ello primeramente se definió el objeto de la encuesta, es decir desmenuzamos el problema a investigar delimitando en más posible las variables y seleccionando de manera exhaustiva la muestra.

Luego de manera meticulosa formulamos el cuestionario el mismo que se dividió en un grupo de preguntas para el público externo y otro para el público interno, pero siempre relacionados para mantener el objetivo de la investigación.

Se eligió también el número de encuestas a aplicarse en cada parroquia, para ello se consideró un 50% en el centro cantonal y el 50% restante se repartió entre las 6 parroquias rurales, especialmente en San Bartolomé, Ludo y Jima.



La percepción de la población se conoció una vez que se realizó el trabajo de campo y luego de procesar, codificar y tabular los datos obtenidos.

La encuesta realizada se considera de opinión, pues lo que se averiguó es la opinión que el público general tiene acerca de esta materia y lo que consideran debe hacerse en una circunstancia concreta.

Conocer la percepción que respecto de la Comunicación en los Gobiernos Locales, y particularmente en el Municipio de Sígsig, y el aporte de ésta al desarrollo socio-económico, su influencia socio-política y la Participación Ciudadana, permitirá encontrar las pautas para la elaboración de la propuesta de un Plan de Comunicación para el Municipio de Sígsig.

3.3. ENCUESTAS REALIZADAS A LA COMUNIDAD

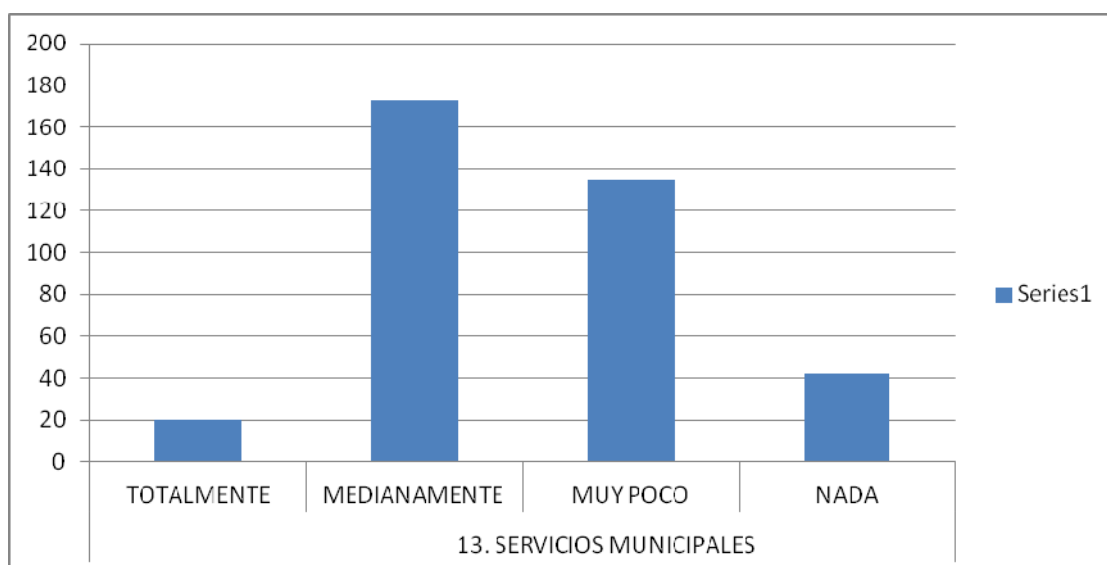
A través de la encuesta hemos generado participación ciudadana, es así que pudimos fotografiar la realidad que al momento vive la Municipalidad de Sígsig con la sociedad, la encuesta realizada a la comunidad y que se conoce también como “Encuesta a público externo” se realizó a 370 personas económicamente activas, tratando de que las mismas sean de los distintos estratos sociales; tanto profesionales como amas de casa, comerciantes, obreros, jóvenes universitarios, campesinos, hombres y mujeres de las 7 parroquias del cantón.

A continuación presentamos los resultados y su respectivo análisis.



1.- Conoce usted los servicios y actividades que realiza el Municipio del Cantón Sígsig?

Totalmente	Medianamente	Muy Poco	Nada	
TOTAL				
20	173	135	42	370



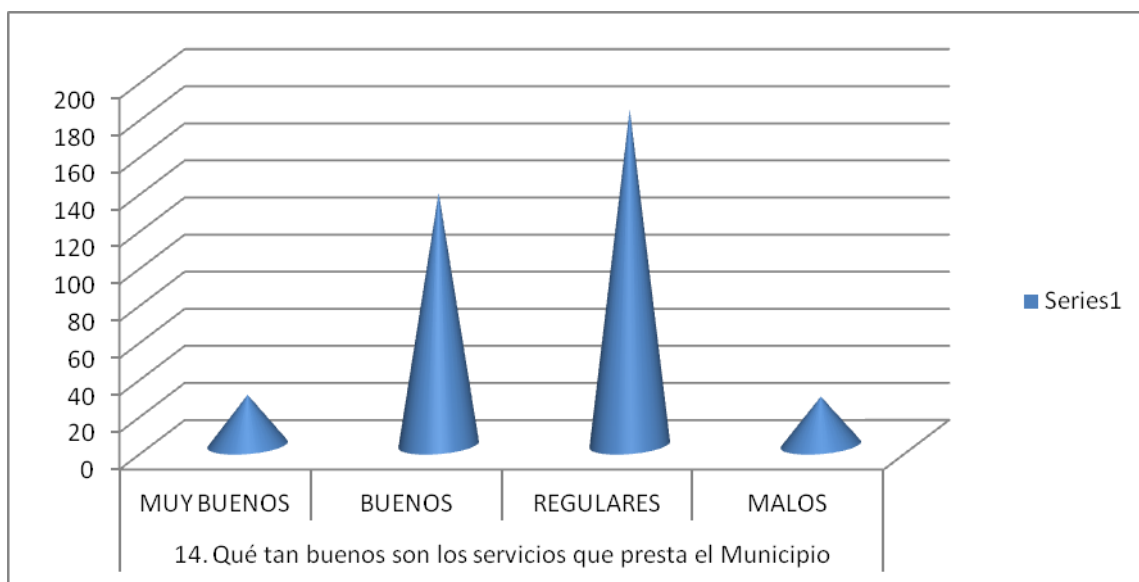
Interpretación: Los datos obtenidos reflejan que entre quienes conocen total y medianamente los servicios y actividades que realiza el Municipio representa un total del 52,16% por lo que pese a ser mayoritario, el porcentaje de quienes no conocen es muy elevado, representado en un 47,87%

Es entonces prioritario impulsar un proceso de información a la colectividad a través de estrategias efectivas que lleven a la población a inteligenciarse respecto de los servicios que presta la principal institución del cantón.

Organizaciones de la sociedad civil en los distintos momentos de la gestión gubernamental.

2.-En su opinión ¿qué tan buenos son los servicios que presta el Municipio del Cantón Sígsig?

Muy Buenos TOTAL	Buenos	Regulares	Malos
231	136	181	26



Interpretación: En cuanto a que tan buenos son los servicios que presta la Municipalidad, la población investigada considera que son Muy buenos y buenos en un porcentaje del 44 %, siendo mayor el porcentaje de quienes consideran a los servicios regulares y malos con un 56%. Este será un tema en el que la institución deberá enfocar su accionar, pues a diferencia de los empleados y trabajadores quienes consideran que sus servicios son relativamente buenos, por consiguiente es prioritario tratar de equilibrar los criterios entre público interno y externo a través de importantes estrategias de comunicación y cuya repercusión contribuirá a un mejor desarrollo del cantón y su población.

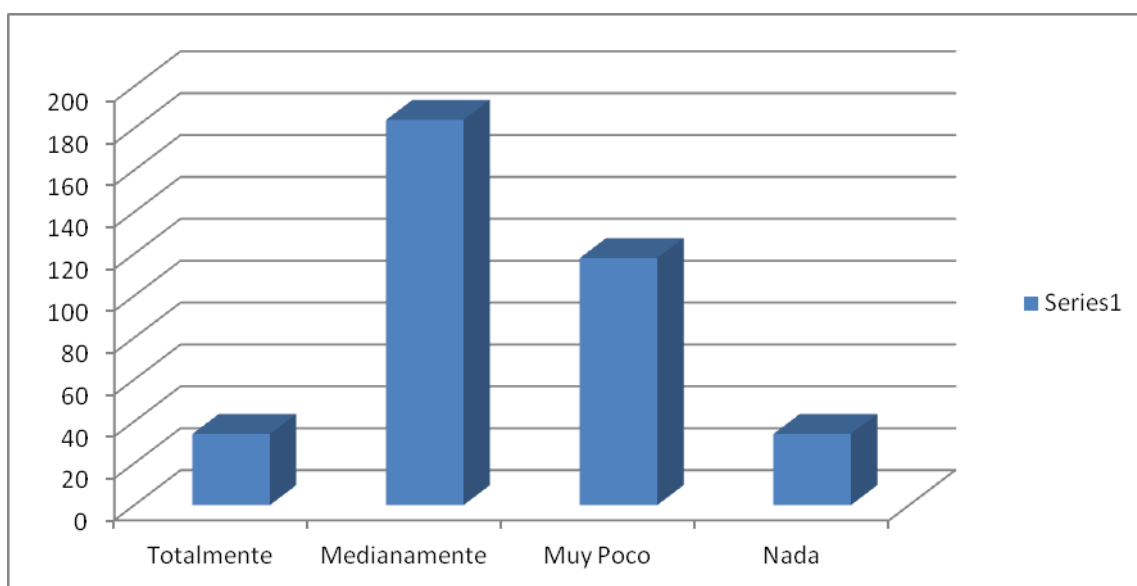
Si consideramos que partimos de dos elementos básicos, emisor y receptor es decir Municipio y ciudadanía, la responsabilidad del Municipio es responder realizando obras y dando mejores servicios para la ciudadanía. El



vínculo permanente del municipio con la sociedad civil ha permitido incrementar la legitimidad política y a su vez a promovido el uso más eficiente y eficaz de los recursos públicos a partir de una mejor inclusión de la sociedad civil.

3.- Cree Ud. Que los servicios que presta el Gobierno Local de Síg sig contribuyen al Desarrollo Socioeconómico de la población.

Totalmente	Medianamente	Muy poco	Nada
34	184	118	370



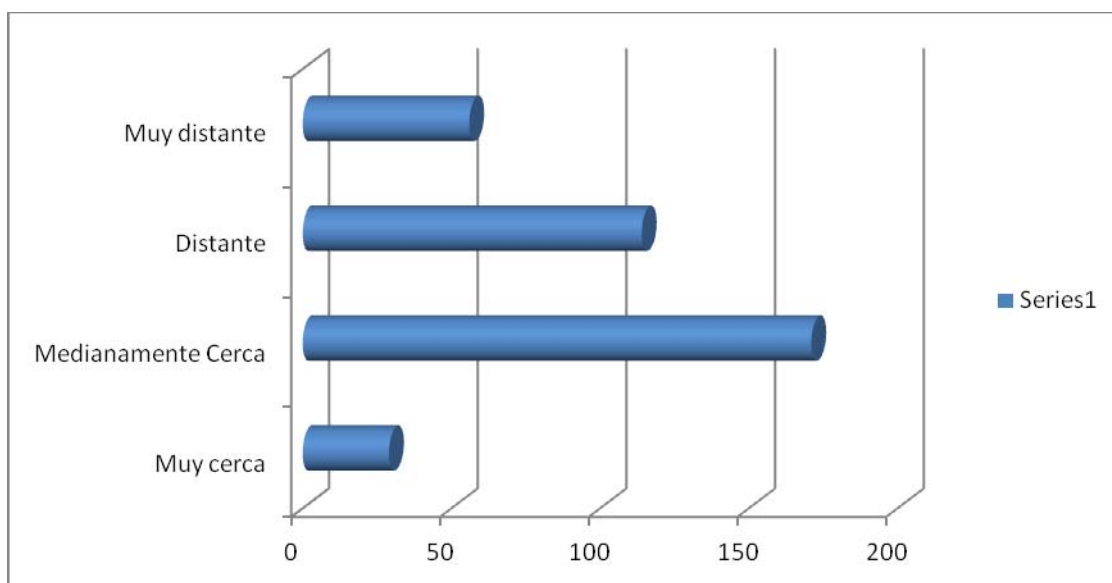
Interpretación: En cuanto a si la gente considera que los servicios del Gobierno Local contribuyen al desarrollo socioeconómico de la población, el 58,9% cree que esta opción como total o medianamente, en tanto que el 41,01% considera que muy poco o en nada contribuye. Sin embargo es de destacar que la opción medianamente es de lejos la más votada.

Hacer realidad y será el área de comunicación la encargada de socializar la información con la población para que esta a su vez se involucre y se comprometa con el propósito de desarrollo.

Quizá sea difícil complacer todas las necesidades de un pueblo a través de una entidad pública para unos les parece importante la labor del Municipio, para otros quizá no es buena, lo cierto es que es muy difícil satisfacer a toda una comunidad siempre habrán las discrepancias, hasta por oposición. Sin embargo los resultados nos indican que los servicios que presta el gobierno local aportan al desarrollo socio económico de la sociedad.

4.- A su criterio que tan cerca de la población actúan las autoridades municipales, llámese Alcaldesa y Concejales:

Muy cerca	Medianamente cerca	Distante	Muy distante	TOTAL
29	171	114	56	217



Interpretación: Que las autoridades municipales actúan muy cerca o medianamente cerca de la población considera un 54%, lo contrario; es decir que la actuación de las autoridades municipales es distante e incluso muy distante de la población, lo consideran el 46% de los encuestados.

51

Las diferencias entre las respuestas favorables y las no favorables en realmente mínimo, esto pueda deberse a la poca experiencia en la administración pública por parte de las nuevas autoridades del cantón, así como también al nulo involucramiento de la sociedad en el desarrollo del cantón; de decir, tradicionalmente la ciudadanía ha estado acostumbrada a que todo les llegue por parte de las autoridades, es por eso que hoy los intentos de involucramiento no han sido lo suficientemente efectivos.



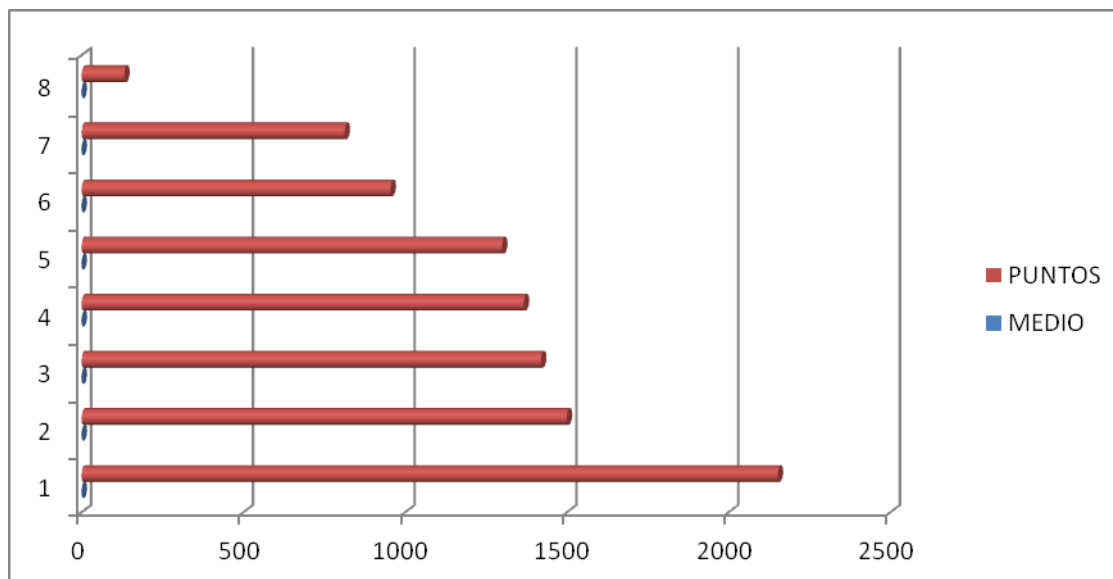
Por lo tanto a través de la aplicación de nuevas técnicas de comunicación se deberá contribuir al acercamiento de las autoridades con la ciudadanía y viceversa.

Existe un gran interés por parte de la alcaldesa y sus concejales de hacer partícipe a la ciudadanía en la toma de decisiones ya sea en el tema económico, social, político etc.

Todo esto agrupado en el Plan de Desarrollo Estratégico participativo Cantonal.

5.- ¿De qué manera le llega a usted la información sobre las actividades que realiza y los servicios que presta el Municipio del Cantón Sígig? Por favor valore en orden de importancia de 0 a 8 puntos.

		TOTAL
1	RADIO	2152
2	TV LOCAL	1500
3	REUNIONES	1420
4	CONVERSACIONES	1367
5	PRENSA LOCAL	1300
6	CONTACTO DIRECTO MUNICIPIO	955
7	PARLANTE COMUNITARIO	813
8	MENSAJES DE TEXTO	132



Interpretación: la información de las actividades que la Municipalidad cumple llega hacia la población, especial y mayoritariamente a través de la radio, de allí que la ciudadanía del cantón Síg sig prefiere para mantenerse informada a 2 emisoras en particular, Radio Fasayñan de Síg sig y radio Tomebamba de la ciudad de Cuenca, el resto de emisoras tienen en este cantón un reducido pero importante nivel de sintonía.

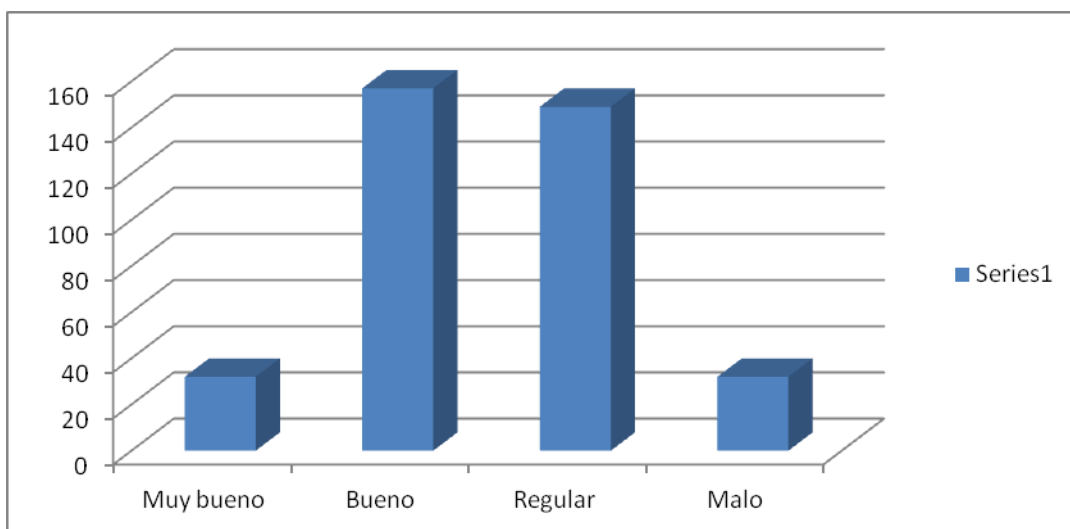
El segundo lugar lo ocupa la televisión local, algo sorprendente pues la empresa distribuidora de televisión por cable en la ciudad tiene un espacio para la información local tan solo un día a la semana y el mismo consiste en un resumen de los principales acontecimientos ocurridos durante los últimos siete días y que la ciudadanía espera impacientemente para mirar aunque la calidad de la producción no sea de la mejor, de allí que es muy importante tomar el criterio de quienes optaron por las reuniones para mantenerse informados y que en la encuesta ocupa el tercer lugar muy cerca del segundo, esto es efectivamente valedero porque las autoridades Municipales tienen entre sus estrategias de información la realización constantes de Asambleas y reuniones con la población.

Una vez que se ha comprobado que la radio es el mejor medio para mantener informada a la ciudadanía y seguida la televisión, es importante tomar en cuenta el lenguaje aplicado para un mejor entendimiento de aquellos a quienes se orienta la información, lo que implica una intención activa de hacer claro el discurso y ser sensible a los lenguajes del público, lo interesante es llegar de la forma mas directa a los destinatarios y posibilitar el retorno de las respuestas.



6.- El nivel de comunicación externa del Municipio con la ciudadanía es considerado por usted como:

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
TOTAL			
32	157	149	32
			370



Interpretación: El público encuestado considera que el nivel de comunicación externa entre la Municipalidad y la población es Bueno y muy bueno en un 51,8% en tanto que un 48,2% considera a la comunicación externa como regular y mala.

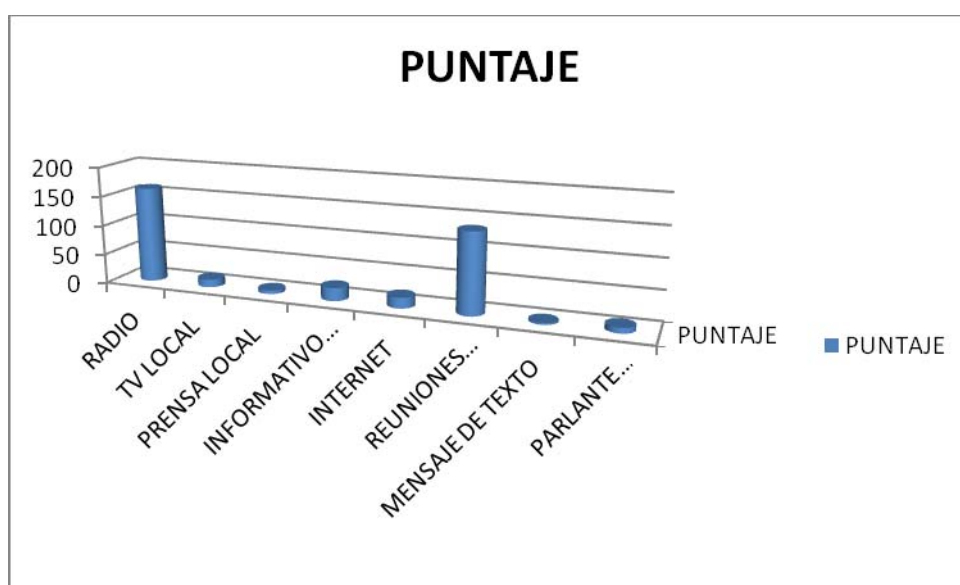
Estos criterios están ratificando los resultados de la pregunta anterior al preferir en buen número la televisión local pese a no contar con permanente programación conlleva simplemente a no estar muy bien informados, de estos razonamientos se concluye lo fundamental que sería implementar un buen plan de información externa enfocándose en la radio y en nuevas y originales formas de comunicación alternativa.

Con la implementación de un buen plan de comunicación externa y utilizando como medio principal la radio, así estaríamos logrando alcanzar una buena retroalimentación por parte del público.



7.- Cuál de los siguientes medios de comunicación recomienda utilizar para recibir o enviar información. Por favor elija solo uno:

RADIO	162
TV LOCAL	13
PRENSA LOCAL	6
INFORMATIVO MUNICIPAL	22
INTERNET	18
REUNIONES COMUNITARIAS	135
MENSAJES DE TEXTO	3
PARLANTE COMUNITARIO	9
OTRO	0
TOTAL	368





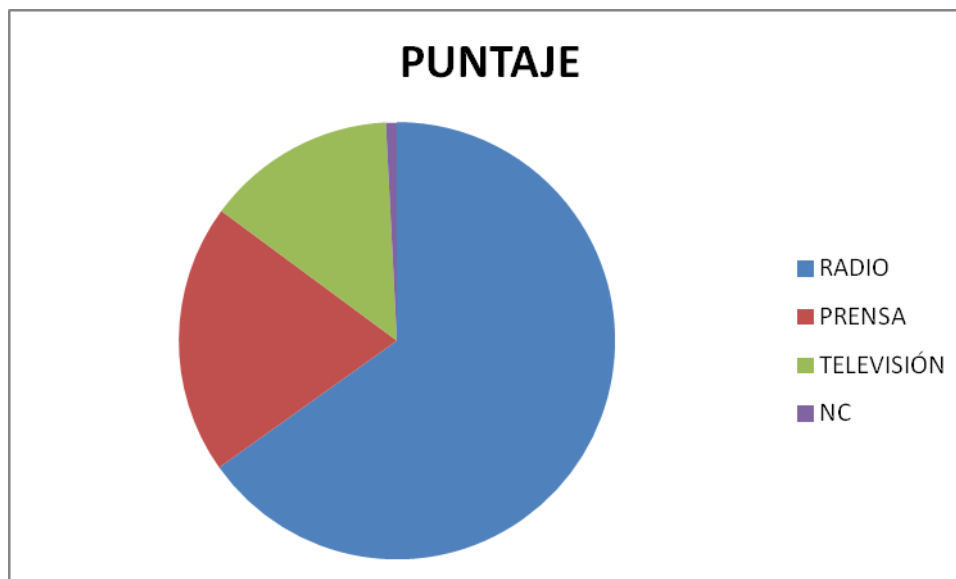
Interpretación: Esta pregunta clarifica un poco más el panorama de las 2 anteriores pues al pedirles que recomienden los medios para mantener informada a la ciudadanía,

Los encuestados se inclinan nuevamente por el uso de la radio y la realización de reuniones, dejando ahora si de lado a la televisión local.

La recomendación de los consultados para mantener informada a la ciudadanía es mayoritaria para la radio y las reuniones; juntas suman un porcentaje superior al 81% el problema ahora radica en que la gente aun no se acostumbra a asistir a reuniones, pues aunque un buen número lo pide, cuando son convocados pocos asisten, de allí que a más de fortalecer el uso de la radio se debe impulsar nuevas formas de comunicación social.

8.- De los siguientes medios, cual es el de su preferencia para mantenerse informado (a)

RADIO	241
PRENSA	74
TELEVISIÓN	52
NC	3
TOTAL	217



Interpretación: La tendencia se ratifica al someter a consulta los medios masivos, la población mayoritariamente prefiere el uso de la radio a tener que leer las noticias en un periódico o mirarlal por la televisión local

PRINCIPALES MEDIOS.

RADIOS:

Fasayñan y Tomebamba de manera muy cerca, luego y ya distante están quienes escuchan varias emisoras a la vez y W Radio. El resto es mínimo.

En conclusión la radio es el mejor medio para mantener informada a la ciudadanía del cantón Sígsg, por lo tanto con solo aplicar un buen Plan de Desarrollo de Comunicación se lograría un eficaz desarrollo comunicacional entre municipio y el pueblo.

PRENSA:

Diario El Mercurio y complementan en menor medida con los diarios el Tiempo, el Universo y el Comercio

TELEVISIÓN:

Prefieren el canal 30, que es un canal local

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

9.- Cree que los ciudadanos del Cantón son tomados en cuenta por el Municipio de Sígig en la toma de decisiones para la priorización del uso de los recursos económicos en función del bienestar común?

SI	NO	MUY POCO
TOTAL		
157	70	143
		370



Interpretación: En lo relacionado a la participación ciudadana, los sigseños y sigseñas si están siendo tomados en cuenta por la Administración Municipal, así lo refleja el 42,4% de los encuestados, mientras tanto el 38,6% de la población cree que han sido muy poco tomados en cuenta y tan solo un 18,8% de los encuestados dicen que no han sido tomados en cuenta en las decisiones municipales.

Esto se debe a que la actual administración cumple con lo dispuesto en la COOTAD y previo a la elaboración de los Presupuestos Participativos realiza Asambleas Ciudadanas, por lo tanto es el pueblo a través de los dirigentes comunitarios, juntas de agua, comités pro mejoras, comités de padres de familia entre otros quienes priorizan las obras.

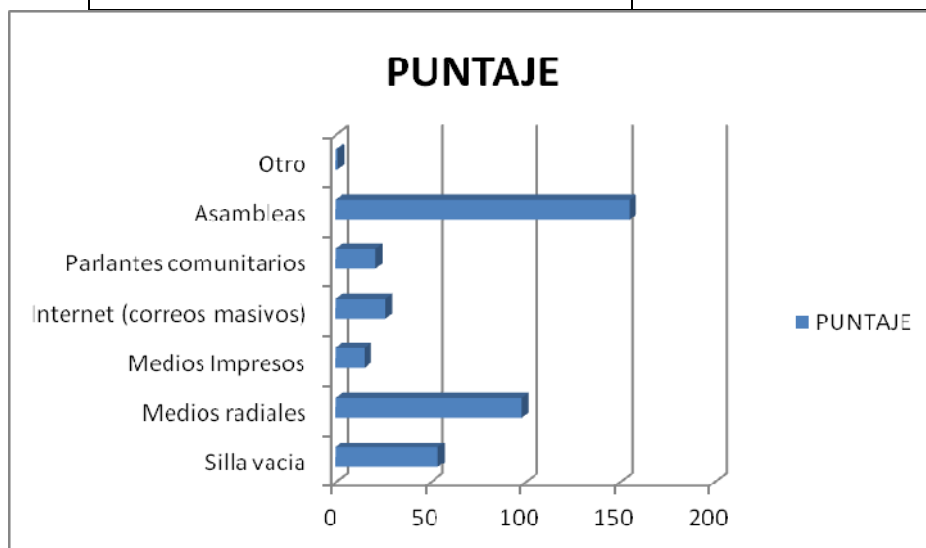


Es importante destacar que la mayor participación de la ciudadanía se da en las parroquias, en tanto que en el centro cantonal la participación es mínima especialmente porque no gustan mucho de participar en eventos de esta naturaleza.

Sin embargo de acuerdo a los resultados de las encuestas y sus gráficos, el Municipio del Cantón Sigsig cumple y busca estrategias a través de los representantes de las distintas entidades y les hace partícipes en la toma de decisiones de los recursos económicos.

10.- De la siguiente lista, que mecanismo propondría usted para mejorar la comunicación de la ciudadanía con el Municipio y así fortalecer la participación ciudadana (elijá uno por favor):

"silla vacía"	54
medios radiales	98
medios impresos	15
Internet (correos masivos)	26
Parlantes comunitarios	21
Asambleas	155
Otro	1
TOTAL	370





Interpretación: Como mecanismos recomendados para fortalecer la participación ciudadana el grupo de personas seleccionadas para la encuesta prefiere mayoritariamente la realización de asambleas o reuniones; es una propuesta planteada inclusive por las personas del centro cantonal, por lo que se hace indispensable replantear la estrategia de convocatoria para que motive a todos a participar de las mismas.

En segundo lugar propone a los medios radiales, lo que ratifica preguntas anteriores, al igual que sugieren la aplicación de la Silla Vacía, instrumento que aun no se regula en la Municipalidad de Sígsig pero que se aplicaría en el año 2012.

Que sea reversible, que pueda modificarse en base a la retroalimentación. Para lograr esta real efectividad pública de la información.

3.4. ENCUESTAS REALIZADAS AL PERSONAL DE LA MUNICIPALIDAD

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sigsig contaba al momento de realizada la encuesta con un promedio de 130 funcionarios entre empleados, trabajadores y personal contratado de allí que se efectuó la consulta a más del 23% de la población; es decir 30 personas, completando así las 400 personas a ser encuestadas a nivel de todo el cantón.

La selección de las personas a ser investigadas fue de manera aleatoria; es decir se seleccionó de todos los departamentos incluyendo a empleados trabajadores y contratados; estos últimos en menor cantidad pues se suponen a fin a la administración actual, y sus criterios podrían afectar la veracidad de los resultados.

A continuación se presenta el modelo de la encuesta planteada, los resultados obtenidos y el análisis correspondiente.

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA A FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN SÍGSIG

La información por usted suministrada será de alto valor para conocer la realidad de la Comunicación en los Gobiernos Locales, y particularmente en el Municipio de Sigsig, conocer el aporte de ésta al desarrollo socio-

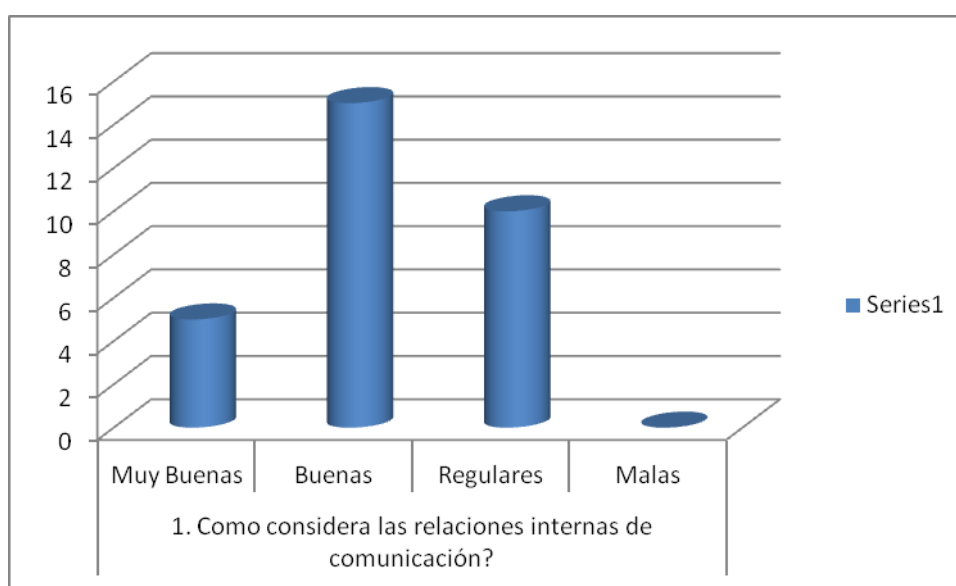


económico, su influencia socio-política y fomento de la Participación Ciudadana. Su información es confidencial. Gracias por su participación

Resultados.-

1. Como considera las relaciones internas de comunicación?:

Muy Buenas	Buenas	Regulares	Malas	TOTAL
5	15	10	0	30



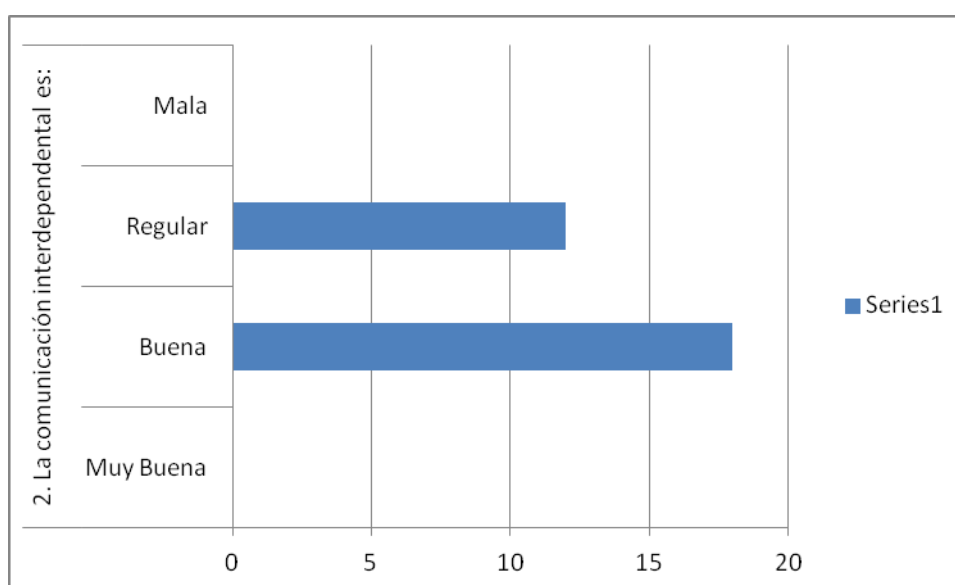
Interpretación: Del estudio se desprende que las relaciones internas de comunicación en la Municipalidad de Sigsig son generalmente buenas, pero esta pregunta es realmente introductoria, pues en una institución pequeña difícilmente se podría decir que no hay comunicación.

La comunicación es el mejor medio para poderse comunicar y mas a un si se trata de una Institución a la que la ciudadanía le brindó su apoyo por medio de sus representantes.



2.- La comunicación interdepartamental es:

Muy Buena	Buena	Regular	Mala	TOTAL
0	18	12	0	30

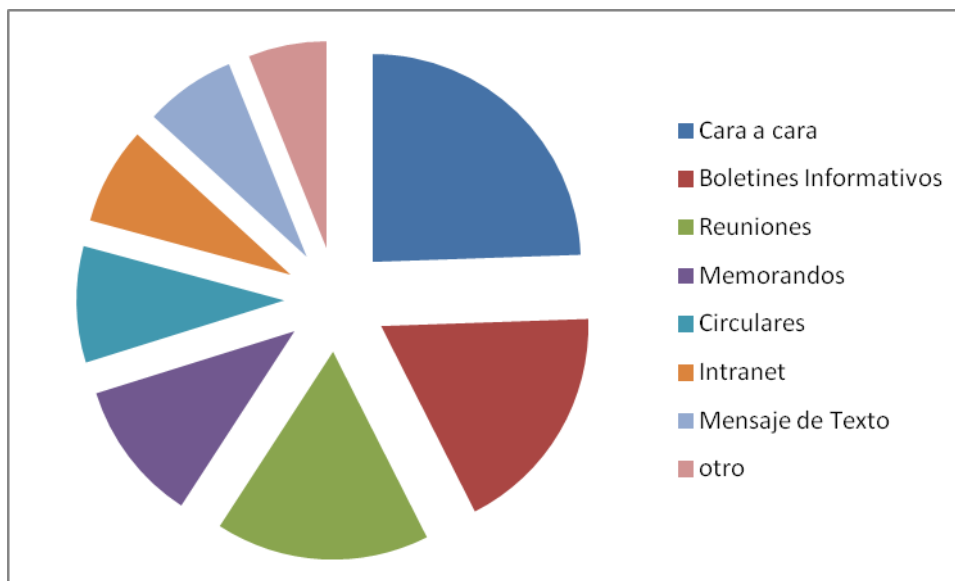


Interpretación: En la pregunta como se puede notar no muy buena comunicación, pero tampoco la comunicación es mala, por lo tanto la comunicación fluctúa entre buena y regular y a decir de los encuestados no existe un nexo fuertes entre jefes y empleados u obreros, la comunicación estaría desarrollandose de manera vertical. Además los problemas políticos que vivió la institución amplió la brecha entre las partes que de a poco se esta intentando cerrar. Los resultados son interesantes no hay mala comunicación interna lo bueno es que día a día se está mejorando tras haber vivido una crisis política en el Municipio.



3.- En un orden de valoración de 0 a 8 puntos cuales considera Ud. Son los medios más utilizados para comunicarse al interior de la institución:

		TOTAL
1	Cara a cara	100
2	Boletines Informativos	74
3	REUNIONES	68
4	Memorandos	45
5	Circulares	37
6	intranet	31
7	Mensaje de texto	29
8	otro	25



Interpretación: Un poco contradiciendo las respuestas de la pregunta anterior y hasta cierto punto, una vez que en el Gobierno Municipal se cuenta con un relacionista público la comunicación a mejorado con la circulación de un boletín informativo, es a través del cual los empleados y trabajadores se informan, empero; la comunicación cara a cara ha sido la que más a funcionado, es decir; empieza a ver una mayor relación entre jefes y subordinados.



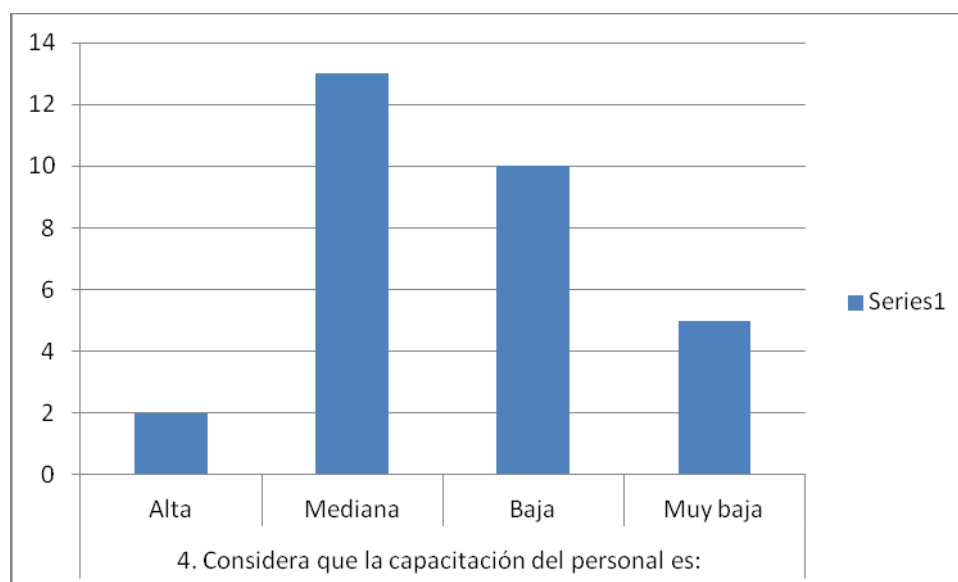
En un tercer lugar de preferencia se encuentran las reuniones, esto da a entender que la relación directa al interior de la entidad está mejorando considerablemente.

Si el Municipio como representante de todo un pueblo no se organiza y establece vínculos de una buena relación social y comunicativa entre todos quienes lo conforman que podrían pedir a la ciudadanía, desde ese punto de vista los cambios son positivos y como muestra de ello tenemos los resultados graficados.

CAPACITACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

4.- Considera que la capacitación del personal es:

Alta	Mediana	Baja	Muy Baja	TOTAL
2	13	10	5	30



Interpretación: En cuanto al nivel de capacitación del personal que labora en la Municipalidad de Síg sig a criterio propio de ellos, consideran que la misma esta entre medianamente buena y baja, esto se podría deber a que fundamentalmente actuaron



solos durante el tiempo que duró el problema político y posteriormente la nueva administración dedico casi todos sus esfuerzos a recuperar el tiempo perdido, dejando de lado temas muy importantes como la capacitación, pero eso si planteando para los años venideros un amplio programa de mejoramiento profesional para todo su personal.

Las capacitaciones deben ser constantes especialmente para entidades donde requieren de un estrecho vínculo con diferentes estratos sociales, las autoridades deben tomar muy en cuenta este tema.

5.- La calidad de la capacitación es:

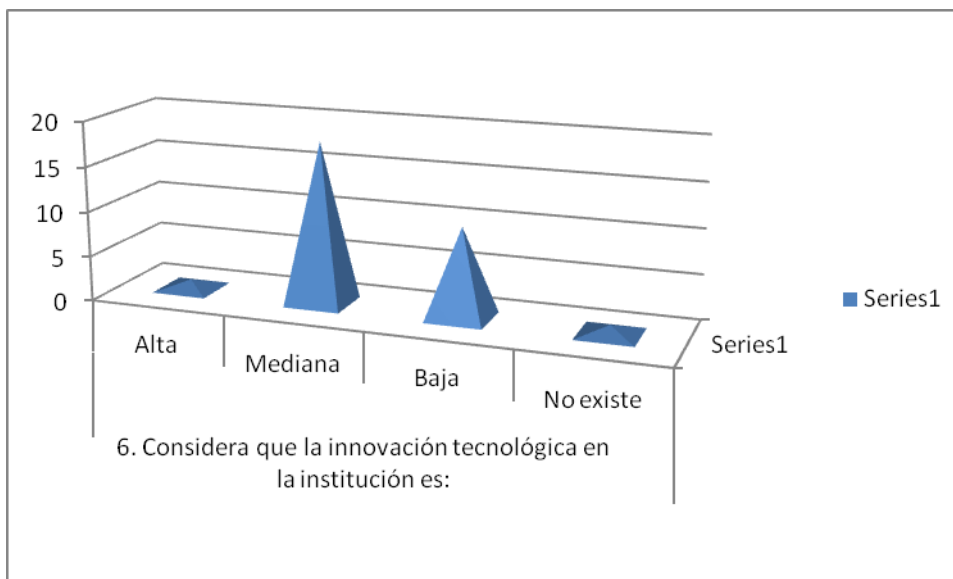
Muy Buena	Buena	Regular	Mala	TOTAL
2	15	10	3	30

Interpretación: Pese a que la capacitación en la Institución no deja satisfechos a sus miembros, especialmente quienes de alguna manera sin han tenido cierto grado de capacitación consideran que la misma ha sido un término medio entre buena y regular, en tanto que muy buena la consideran tan solo 2 personas, quienes destacan que la capacitación responde al propio esfuerzo personal.

LA TECNOLOGÍA EN LA INSTITUCIÓN

6.- Considera que la innovación tecnológica en la institución es:

Alta existe	TOTAL	Mediana	Baja	No
1	18	10	1	30



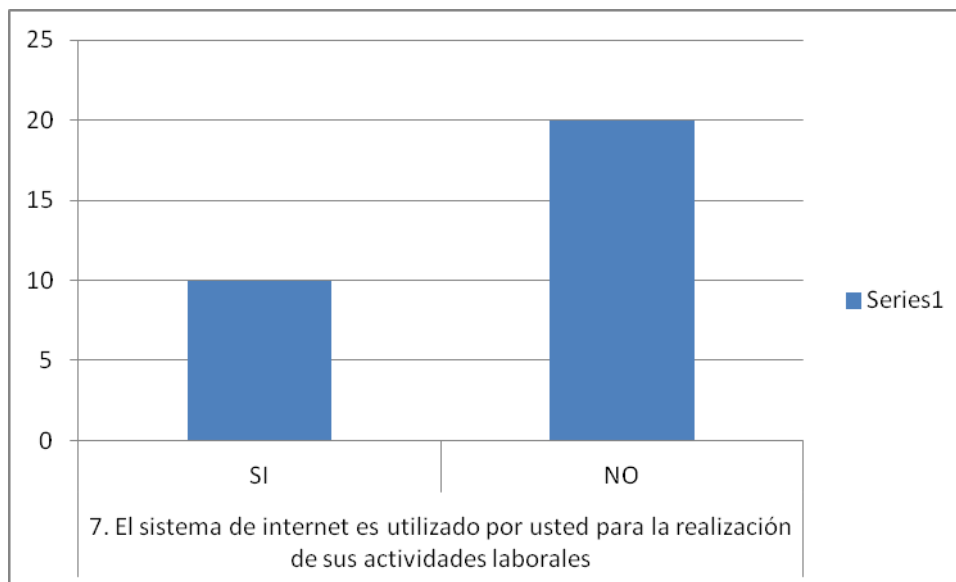
Interpretación: De acuerdo con el criterio de los encuestados, la innovación tecnológica en la Municipalidad de Síg sig es mediana, y es que aunque en los últimos tiempo se han hecho esfuerzos por dotar me mejor tecnología a los diferentes departamentos, esta aun sigue siendo limitada, al punto que el acceso no es para todos.

Una de las quejas constantes es que el servicio de internet es demasiado lento, algunas de las computadoras ya han terminado su vida útil, tampoco todos los departamentos cuentan con servicio telefónico, los obreros no gozan de ninguno de estos servicios, entre otros.

Para poder dar buenos resultados cada uno de los departamentos del Municipio deben contar con todo lo necesario y de esa manera poder ser eficientes en las áreas correspondientes

7.- El sistema de Intranet es utilizado por usted para la realización de sus actividades laborales:

SI	NO	TOTAL
10	20	30



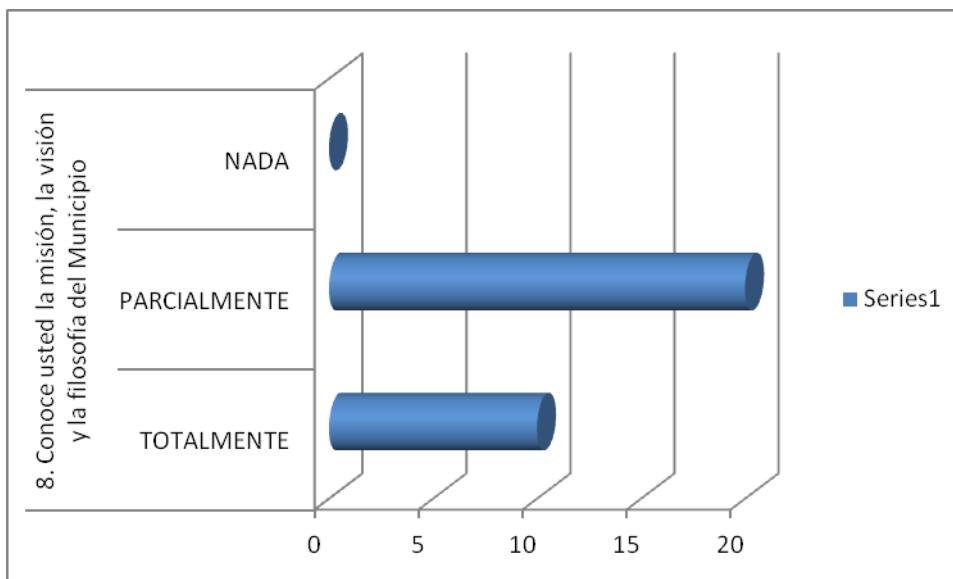
Interpretación: La respuesta a esta pregunta ratifica lo expresado en el análisis anterior, pues al ser pocas las personas que tienen acceso al servicio de internet o por el hecho de que este servicio es lento, el sistema de internet en su gran mayoría no es utilizado para la realización de las actividades laborales.

Pero por otro lado, también se debe a que gran parte de los funcionarios municipales son obreros y su labor se desarrolla principalmente en el campo y operando maquinaria, esto entonces no requiere del uso del internet. Con esto se puede concluir que el internet para la mayoría de quienes trabajan en la Municipalidad de Sigsig no es necesario.

LA IDENTIDAD EN LA ORGANIZACIÓN

8.- Conoce usted la misión, la visión y la filosofía del Municipio? :

TOTALMENTE	PARCIALMENTE	NADA	TOTAL
10	20	0	30

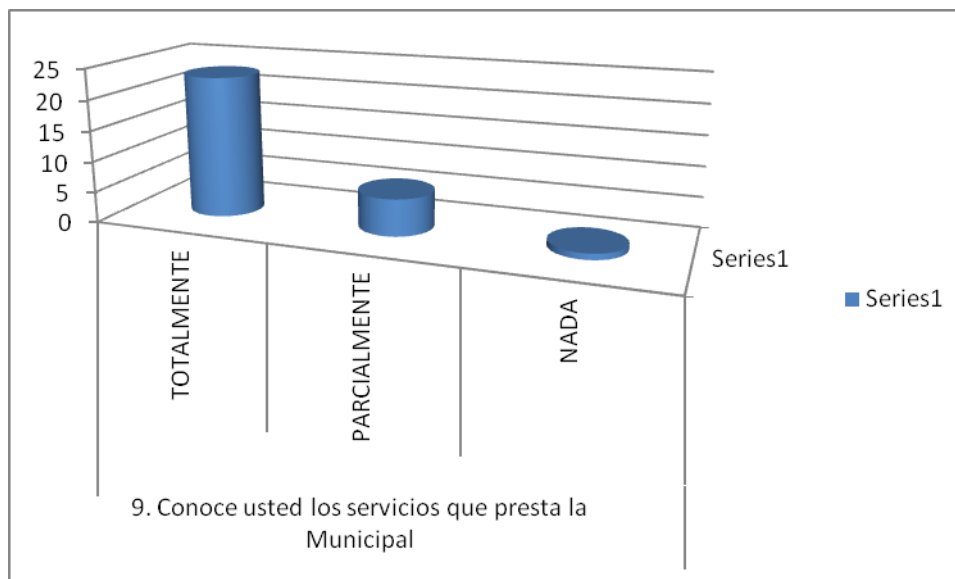


Interpretación: Este es un tema preocupante, pues institución cuyos miembros no tienen claro cuál es su misión y visión principalmente, está condenada, por decir lo menos, a afrontar muchas dificultades.

La respuesta de los encuestados a esta pregunta es que conocen parcialmente la misión visión y filosofía de la institución y más aun, se dice que es parcial porque lo que saben dar respuesta es a la misión de la cual dicen que es prestar un servicio oportuno y de calidad a la población, pero respecto de la visión son pocos los que la conocen, siendo especialmente los empleados o directores departamentales, es decir; los que cumplen su función en oficina quienes conocen en su totalidad estos principios básicos que toda institución debe tener.

9.- Conoce usted los servicios que presta la Municipalidad? :

TOTALMENTE	PARCIALMENTE	NADA	TOTAL
23	6	1	30

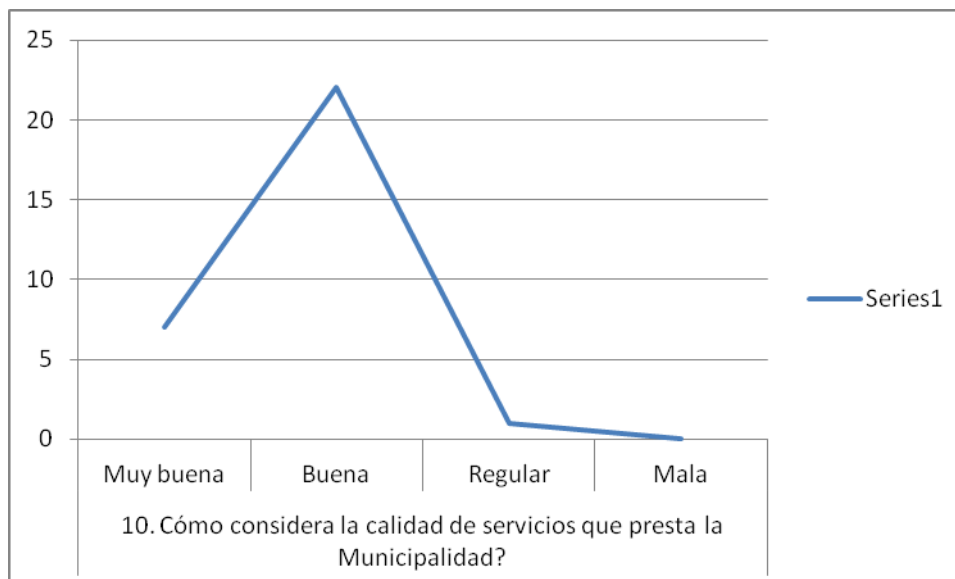


Interpretación: Esta si es una pregunta en la mayoritariamente los funcionarios municipales coinciden en su respuesta, es que los años que llevan laborando en la misma les ha enseñado que su trabajo se resume en 14 competencias fundamentales entre ellas se destaca, la dotación de servicios básicos como agua potable, el mejoramiento vial urbano, el mejoramiento en la infraestructura educativa, la protección de las fuentes hídricas, la promoción turística, entre otras con las que día a día los funcionarios municipales tiene contacto.

Quienes le conocen parcialmente son generalmente personal nuevo que recién esta involucrándose y quienes no conocen nada, son generalmente aquellos que no están comprometidos para nada con el desarrollo de un pueblo y que casi en toda institución de este tipo existen.

10.- Cómo considera la calidad de servicios que presta la Municipalidad?

MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	TOTAL
7	22	1	0	30



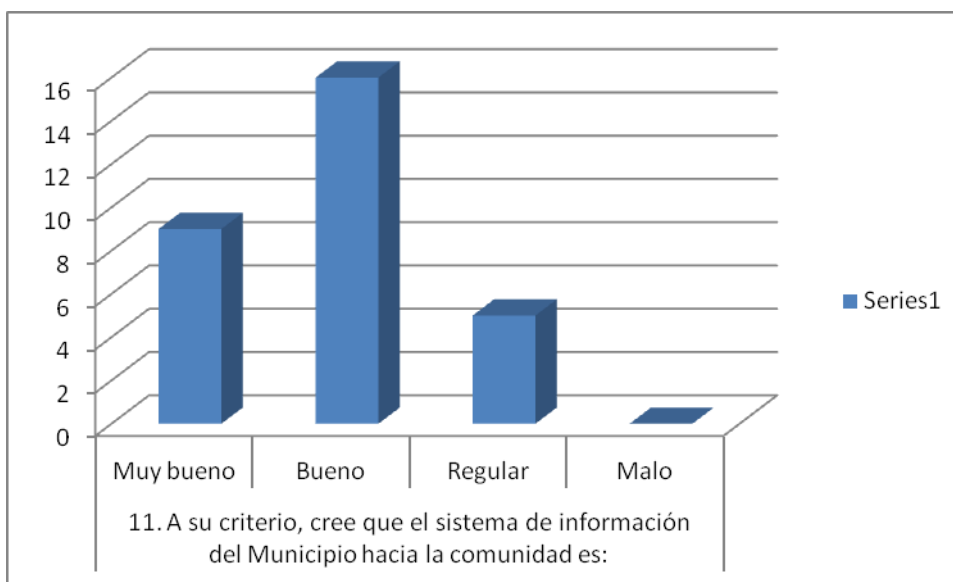
Interpretación: Otra de las respuesta positivas que recibe la presente encuesta es la calidad de servicios que presta la municipalidad y es que al ser los mismos funcionarios encuestados quienes los ofrecen difícilmente podrían calificarse negativamente, su auto crítica les lleva a indicar que la calidad de servicio es buena, otro grupo cree incluso que es muy buena, pero eso sí poquísimos e incluso nadie la califica de mala.

De ser así, la entidad se enrumba por buen camino y los primeros en reconocerlo será la ciudadanía.

LAS RELACIONES PÚBLICAS DE LA INSTITUCIÓN

11.- A su criterio, cree que el sistema de información del Municipio hacia la comunidad es:

MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
9	16	5	0	30



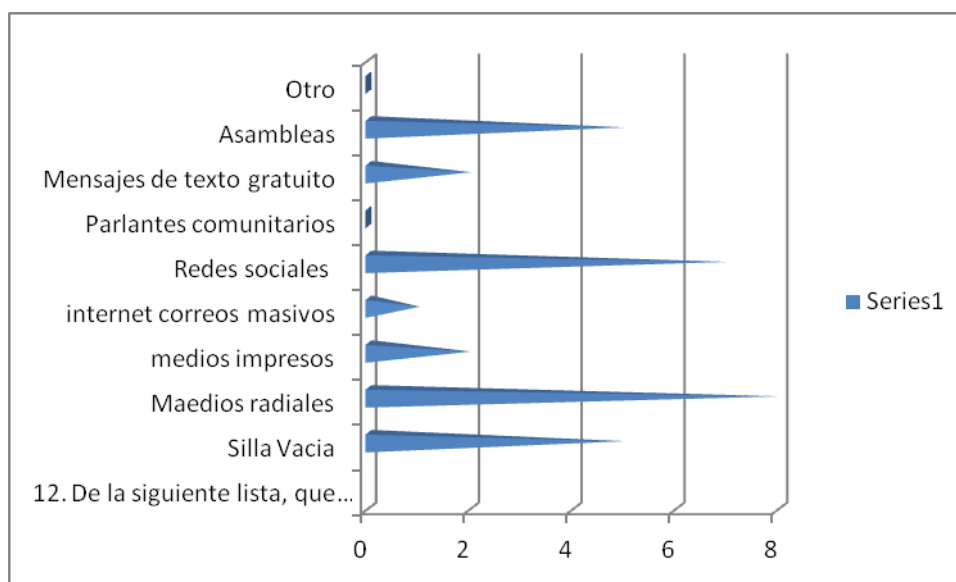
Interpretación: El sistema de información que en la actualidad ha implementado el municipio ha tenido una importante aceptación por parte de los funcionarios públicos, pues sumados los criterios muy buenos y buenos suman un 83,33 % en tanto que regulares suman aproximadamente el 16% restante y el criterio negativo definitivamente no existe.

Esto se debe principalmente a que en la actualidad la municipalidad de Sígsig tiene en marcha un interesante plan de comunicación que incluye un suplemento informativo de circulación quincenal, un programa radial informativo, uso permanente de carteleros, uso constante de redes sociales entre otras las principales estrategias de comunicación y que han sido bien recibidas por empleados y trabajadores.

12.- De la siguiente lista, que mecanismo propondría usted para mejorar la comunicación de la ciudadanía con el Municipio y así fortalecer la participación ciudadana (elija uno por favor)

"silla vacía"	5
medios radiales	8
medios impresos	2
Internet (correos masivos)	1
Redes Sociales	7
Parlantes comunitarios	
Mensajes de texto gratuito	2
Asambleas	5
Otro	
TOTAL	30

o



Interpretación: Empleados y trabajadores de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal consideran el uso de la radio como el más indicado para mejorar la relación de comunicación entre la entidad y la ciudadanía, en segundo lugar y muy de cerca con tan solo un punto menos se ubica el uso de las redes sociales, en tanto que el tercer lugar lo comparten la realización de asambleas y la aplicación de la silla vacía.

De esto se debe entender que lo que se recomienda es fortalecer el uso de la radio, de las redes sociales y las asambleas que en la actualidad existen, en tanto que la silla vacía aun no se aplica en el Municipio y la misma estaría aplicándose una vez que se apruebe una ordenanza al respecto.



CAPITULO IV:

PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

4.1. ANTECEDENTES DEL GOBIERNO LOCAL DE SIGSIG

La historia de Sígsig como jurisdicción territorial podría decirse que data de finales del siglo XVIII, así al menos lo refiere el escritor sigseño Luciano Pesantez¹⁵ “cuando su caserío perteneciente a Gualaceo, asciende a la categoría de parroquia civil en el año de 1750” en 1864 en la presidencia del Doctor Gabriel García Moreno se designa a Sígsig Cabecera cantonal del cantón Gualaquiza, pero en el año de 1869 Sígsig vuelve a depender de Gualaceo hasta el 23 de enero de 1883 en que se restablece el cantón Gualaquiza, finalmente el 13 de septiembre de 1839 pasa a denominarse cantón Sígsig.

Guillermo Ortega por su parte, manifiesta que Sígsig en 1852 adquiere la categoría de parroquia civil y es la Asamblea Constituyente de 1861 la que decreta que Sígsig se desvincule de Gualaceo y forme parte de Gualaquiza cantón recién creado. Ortega también nos cuenta que el 16 de abril de 1864 el Congreso Nacional dictó el decreto que fue sancionado por García Moreno y que oficializa a esta ciudad como cabecera cantonal de Gualaquiza, cantón al que también se anexan Ludo y San Bartolomé.

Ortega nos narra en su obra Sígsig de la Historia a la Esperanza que la vida administrativa de Sígsig vuelve a tener problemas en 1869 cuando una disposición del Gobierno del doctor Javier Espinoza obliga a Sígsig a formar nuevamente parte de Gualaceo, es por esto que en enero de 1883 aprovechando que a nivel nacional se gestaba el Movimiento Restauración¹⁶

¹⁵ Luciano Pesantez, profesor autor de la monografía del Sígsig en su página 7 titulada Reseña Histórica, esta monografía no se publicó pero reposa en los archivos municipales

¹⁶ Así se denominó al movimiento ciudadano que en 1883 terminó con la dictadura de Ignacio de Vintimilla



ciudadanos sigseños se reunieron en una casa perteneciente al señor José Manuel León y habrían formulado una Acta histórica que restableció al cantón Gualaquiza con su capital Sígsig.

El acta además, nombra como Jefe Político al señor Antonio Vega, concejales a los señores Miguel Antonio Coronel, Tomás Rodil, Octavio Vega, Manuel Francisco Dávila y José Pino.

Pero la historia de Sígsig continúa cuando el 18 de agosto de 1864 el gobierno de Luis Cordero le elige como capital de la Gobernación del Sur-Oriente que estaba conformada por las provincias de Méndez y Gualaquiza

El licenciado Guillermo Segarra¹⁷ hace también un recuento muy importante relacionado a la historia de Sígsig, el muestra en su trabajo de investigación un decreto realizado por la Municipalidad el 24 de septiembre de 1966 en el cual en su parte medular dispone el 16 de abril de 1864 como día Fausto de cantonización.

De esta forma dejó de celebrarse la cantonización el 23 de enero de cada año, este decreto lo promulgó el Concejo Cantonal presidido por el profesor Octavio Pesantez Cabrera en su calidad de Presidente Municipal.

En fin, a lo largo de la historia muchas cosas ocurrieron a nivel político administrativo en Sígsig y al parecer pese a lo importante de los eventos jamás utilizaron un comunicador institucional para difundirlo aunque queda claro que siempre existió alguna forma de mantenerse comunicados.

La Comunicación en el Municipio de nuestros tiempos

Como hemos podido notar, hablar de comunicación y relaciones públicas en anteriores administraciones es prácticamente imposible, no existe registro alguno de que el municipio haya contado con un comunicador social, salvo en un corto periodo cuando se habría contratado a un tecnólogo en comunicación allá por el año 2000; quién duró poco tiempo en funciones pues a decir de algunas personas de la entidad se habría pasado al bando opositor al Alcalde y desde entonces la comunicación dejó de fluir, debiendo asumirse nuevamente desde otras áreas de la institución.

¹⁷ Sígsig de la Historia a la Esperanza, pag 35

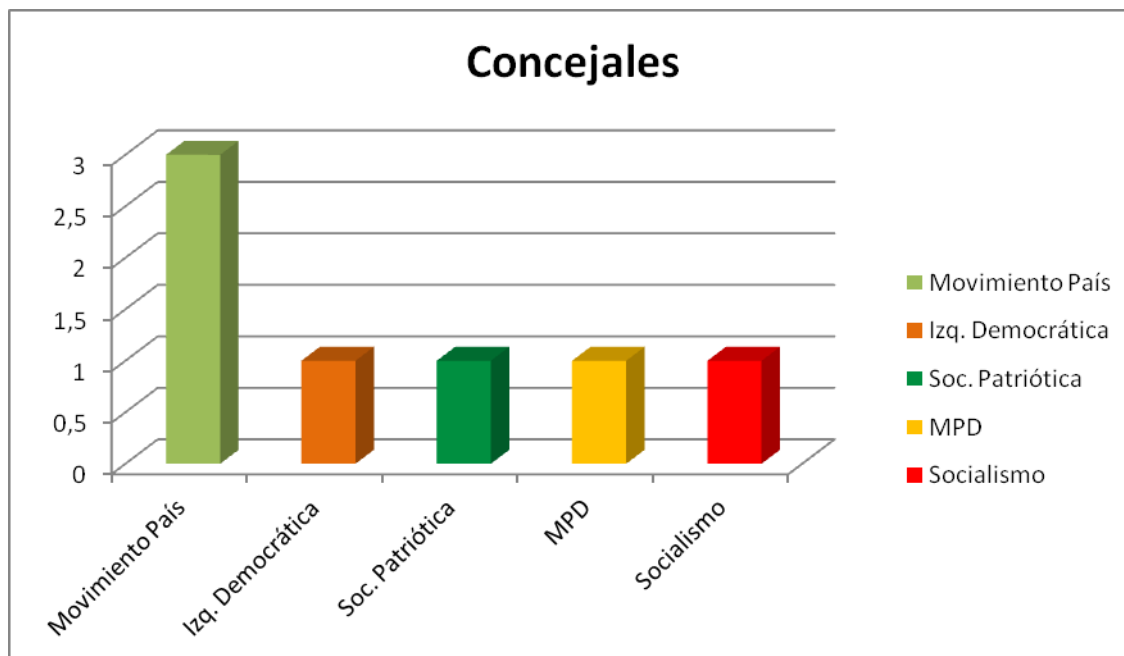


Fue especialmente el departamento de Cultura el que de alguna manera se encargó de emitir boletines de prensa cuando era extremadamente necesario; invitar a las diferentes fiestas del cantón. De igual forma, en ocasiones que era necesario convocar a la prensa para conferencias de prensa o entrevistas las autoridades se valían de la secretaria de la Asociación de Municipalidades del Azuay o algún amigo periodista de la ciudad de Cuenca para cumplir su cometido.

En definitiva, la Comunicación Social, jamás fue tomada verdaderamente en serio en la Institución y esto tuvo sus consecuencias a tal punto que cuando se cuestionó la poca transparencia de quien administraba el municipio no existió un plan de comunicación adecuado que les respalde y pese al poder que la autoridad había adquirido en cerca de 18 años al frente de la misma esta terminó con rechazo de la mayoría de buena parte de la población y perdió las siguientes elecciones en donde se postuló para la reelección.

No fue sino hasta el ingreso de la actual administración municipal en julio del 2009 cuando se empezó a dar cierto grado de importancia a la comunicación social y a la labor periodística.

El actual Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígig como hoy se le conoce, está presidido por una alcaldesa Lcda. Aramita Jiménez Galán y 7 Concejales; Dra. Carmela Malla, Vice alcaldesa, Agrónomo Jorge Ramos, Profesor Tobías León, Ingeniero Francisco Pizarro, señor Mario Benítez, señor Rosendo Carchipulla y señorita Luisa Yari, los mismos que llegaron auspiciados por distintas tiendas políticas como se detalla el siguiente gráfico.



La alcaldesa, llegó auspiciada por la alianza Movimiento País – Movimiento Encuentro Democrático, actualmente la alianza no existe y la alcaldesa pertenece al partido de Gobierno.

Las actividades que deben cumplir responden a lo dispuesto en el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización – COOTAD de allí que en el artículo 54 de dicho código se establecen un número de 14 como las principales funciones a las que deben dar cumplimiento que a continuación se detallan:

Artículo 54.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;



- c) Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de fraccionamiento de conformidad con la planificación cantonal, asegurando porcentajes para zonas verdes y áreas comunales;
- d) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal;
- e) Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- f) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad;
- g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;
- h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;
- i) Implementar el derecho al hábitat y a la vivienda y desarrollar planes y programas de vivienda de interés social en el territorio cantonal;
- j) Implementar los sistemas de protección integral del cantón que aseguren el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales, lo cual incluirá la conformación de los consejos cantonales, juntas cantonales y redes de protección de derechos de los grupos de atención prioritaria. Para la atención en las zonas rurales coordinará con los gobiernos autónomos parroquiales y provinciales;



k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales;

l) Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios;

m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización;

n) Crear y coordinar los consejos de seguridad ciudadana municipal, con la participación de la Policía Nacional, la comunidad y otros organismos relacionados con la materia de seguridad, los cuales formularán y ejecutarán políticas locales, planes y evaluación de resultados sobre prevención, protección, seguridad y convivencia ciudadana;

o) Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres;

p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad;

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

r) Crear las condiciones materiales para la aplicación de políticas integrales y participativas

en torno a la regulación del manejo responsable de la fauna urbana; y,

s) Las demás establecidas en la ley.

Además, el Artículo 55 establece como competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal a las siguientes, sin perjuicio de otras que determine la ley:



- a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;
- b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- c) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;
- d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;
- e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;
- f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;
- g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;
- h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;
- i) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;
- j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley;
- k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;
- l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras;
- m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; y,

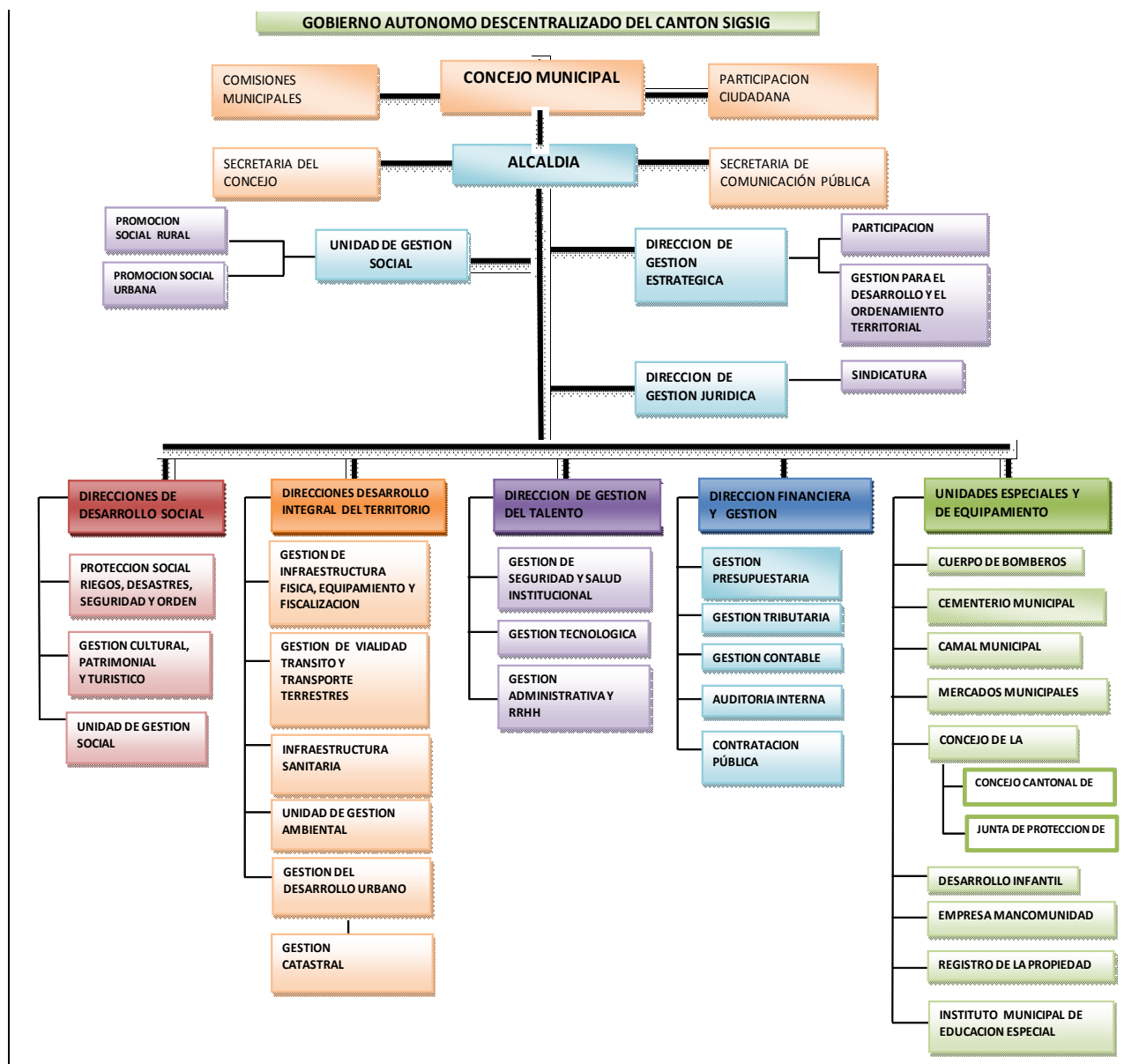


n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

Adicionalmente, los Artículos 57, 58, 60 y 62 hablan de las atribuciones del Concejo Cantonal, Alcalde o Alcaldesa y Vice alcalde o Vicealcaldesa

El cumplimiento de estas funciones y atribuciones procurará el buen vivir de la población y sobre la manera como se logra cumplir este objetivo es una obligación informar. A esta práctica se la conoce como Rendición de Cuentas, entonces esta será una de las más elementales funciones del departamento de Comunicación; para ello deberá elaborar las estrategias y tácticas que permitan que la información llegue de manera oportuna y de forma adecuada a la población.

La actual estructura orgánica del Municipio da entender que la entidad cuenta con 137 empleados y trabajadores los mismos que se dividen en 89 empleados y 48 obreros, tanto de planta como por contrato, su distribución se considera dentro del siguiente Orgánico estructural.



Este organigrama se actualizó a finales del año 2010 y principios del 2011, hoy en día se trabaja en un nuevo modelo para optimizar el recurso humano.

123 funcionarios municipales, son un importantísimo público interno que no solo merece sino que tienen derecho a estar bien informados respecto de las actividades municipales, es por ende muy necesario emprender un plan de comunicación y relaciones públicas.



4.2. **PRESENTACION DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS**

Plan de Comunicación y Relaciones Públicas, eje para la participación ciudadana: una propuesta para el Gobierno Local del Cantón Sígsig, Provincia del Azuay

De acuerdo con el Plan de trabajo presentado por la alcaldesa Aramita Jiménez¹⁸ La actual administración municipal llegó al poder gracias a una propuesta de cambio de la vieja forma de hacer política, donde el clientelismo era la mejor manera de actuar, en donde los ciudadanos comunes y corrientes no fueron jamás tomados en cuenta, en donde las decisiones eran tomadas por una sola persona.

Esta propuesta de cambio incluye transparencia en todos los sentidos, manos limpias, honestidad y el fiel compromiso de involucrar a la población en la toma de decisiones. entonces una manera de afianzar esa confianza es estar permanentemente comunicados con la población, la gente ofreció confianza la misma que no debe ser defraudada, pero aún más dentro de la población siempre existirán los “enemigos políticos” quienes se mantendrán pendientes de los más mínimos errores para buscar desestabilizar la administración.

No hay que olvidar que el poder desgasta y si esto no se controla a tiempo el apoyo que alguna vez fue favorable puede transformarse en un boomerang y regresar en su contra y con mucha fuerza.

Todo esto hace necesario e imprescindible contar con un adecuado sistema de comunicación e información pública que de ninguna manera tendrá resultados positivos si se lo hace desde afuera y de manera discontinúa como se lo venía haciendo hasta tal como lo manifestamos en párrafos anteriores.

El presente trabajo busca presentar el esquema de un plan comunicacional y de relaciones públicas aplicable a los gobiernos locales, y específicamente al gobierno del cantón Sígsig, Provincia del Azuay, con sus diferentes componentes o partes, bajo un orden tentativo, ya que no existe una manera uniforme de estructuración de los mismos. También presentamos algunos conceptos de aclaración sobre las partes del mismo, con el objetivo de

¹⁸ Aramita Jiménez en su calidad de candidata tuvo la obligación de presentar su plan de trabajo ante el Tribunal Electoral del Azuay, el mismo reposa en dicha institución hoy conocida como Consejo Nacional Electoral.



afianzar y fortalecer algunas definiciones que doctrinariamente están conceptualizadas en la Constitución, en la discutida Ley Orgánica de Régimen Provincial, en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en el Plan Nacional para el Buen Vivir, en la Ley de Participación Ciudadana y Control Social y más cuerpos legales y reglamentarios conexos.

4.2.1. PROBLEMA A RESOLVER

Luego de un amplio estudio al interior del GAD Sígsig se han evidenciado un gran problema de comunicación que se caracteriza fundamentalmente por:

1. No existe una visión clara de la comunicación; lo que ha repercutido que la Administración Municipal respecto a su comunicación no esté totalmente posicionada en el público externo.
2. No se tiene clara la misión de la comunicación; es decir, no es claro lo que quieren comunicar, a quien se quiere comunicar, cómo, dónde, ni para qué.
3. La relación Municipio-Ciudadanía, Municipalidad-Medios de Comunicación, no es la adecuada.
4. La imagen corporativa se basa en la creación de un logotipo pero no existe un manual para aplicar el mismo.
5. La comunicación y las Relaciones públicas está encargada a una sola persona, quien a su vez cumple otras funciones por ser de confianza de la alcaldesa.
6. Dentro del organigrama existe la Secretaría de Comunicación como nivel de asesoramiento, creada gracias al impulso del actual comunicador pero no se ha creado la partida presupuestaria para ocupar el puesto.
7. El contrato del encargado de la Comunicación Social es de Promotor Social.
8. Existe poca o nula coordinación entre los diferentes departamentos y comunicación pese a los múltiples intentos del comunicador.
9. La estrategia de comunicación no es común con los diferentes servicios.
10. La cobertura de los medios de comunicación a nivel local se da fundamentalmente impulsada por la oposición.
11. La cobertura de los medios de comunicación provincial y regional se da por la buena relación del comunicador con la prensa y no por el posicionamiento de la alcaldesa como generadora de opinión pública.
12. No existe un plan de comunicación que se cumpla en lo más mínimo y de manera adecuada con los objetivos de la Municipalidad.



13. No se cuenta con presupuesto exclusivo para comunicación social y Relaciones Públicas, dependiendo de lo que cada uno de las otras áreas de la Institución destinan para información.
14. La página web y las nuevas tecnologías no están siendo utilizadas de manera adecuada.

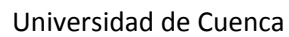
Ejemplos.





Universidad de Cuenca





MODELO DE GESTIÓN

IDENTIFICACION DE LOS MACROPROCESOS, PROCESOS Y ACTIVIDADES DE LA ILUSTRE MUNICIPALIDAD DEL CANTON SIGSIG.

“LA CADENA DE VALOR”





ACCIÓN SOCIAL MUNICIPAL

Es un programa de apoyo a los grupos vulnerables del cantón Sigsig generando condiciones de vida digna a través de procesos participativos. Nuestra labor social incluye:

ATENCIÓN A ADULTOS MAYORES.- A través del centro gerontológico se brinda atención en medicina general, enfermería, fisioterapia, psicología clínica, terapia ocupacional

APOYO A PERSONAS CON DISCAPACIDAD.- a través del IMEES y en terapias especiales y trabajo social

NIÑOS/AS Y ADOLESCENTES CON PROBLEMAS DE PRENDIZAJE. A través del centro de apoyo Psicopedagógico

ATENCIÓN A PERSONAS DE EXTREMA POBREZA.- Ayuda médica, apoyos mortuorios, inscripción a los programas del Gobierno

PROGRAMAS DE OPOYOS ESPECÍFICOS.- enfermos alcohólicos, mujeres maltratadas.

Todas estas tareas las cumple un importante grupo de personas comprometidas, con el apoyo de la Reina del Cantón y la Cholita Sigseña.



A través del presente Plan de Comunicación y Relaciones Públicas determinaremos los ejes que configurarán la comunicación global de la institución para el actual periodo administrativo, de allí que cada acción



concreta a desarrollar se basará en objetivos reales, posibles de conseguir, que sean fáciles de cuantificar y factibles de revisar conforme a la disponibilidad de recursos.

Como no puede ser de otra manera, a más de cumplir con lo estipulado en los mandatos legales que es mantener correctamente informada a la ciudadanía del que hacer municipal, el presente plan de Comunicación aportará al cumplimiento de los objetivos políticos del Ayuntamiento. Este es un legítimo derecho de cualquier administración, pues al tratarse de una institución política se han planteado objetivos políticos.

Pero deberá estar claro que por sobre todo se trata de un plan institucional y en ningún caso se destinará para servir a una persona en particular.

El plan de comunicación se enfocará además en lograr una buena imagen fuera de las fronteras locales. Los grandes medios de comunicación muy raras veces dan cobertura en las pequeñas ciudades, salvo eventos que tengan repercusión nacional o crónica roja, por ello además el plan de comunicación se fortalecerá con un plan de Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas se enfocarán como un medio de refuerzo y fortalecimiento institucional no solo con los medios sino con otras instituciones públicas y privadas, con organizaciones sociales y desde luego con el público interno del Ayuntamiento Sígseño.

4.3. MISIÓN Y VISIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

MISIÓN

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la institución, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivasⁱ

Por consiguiente la misión del Plan de Comunicación aquí planteado busca posesionar en el colectivo sigseño la idea que su municipio trabaja para mejorar la calidad de vida de la población a través de dar cobertura a las diferentes necesidades tanto sociales, culturales, laborales, de infraestructura, de saneamiento con beneficio para todos y todas



Al tiempo de promover una estrecha relación de coordinación entre distintas organizaciones públicas y privadas

VISIÓN

La Visión es una imagen del futuro deseado que buscamos crear con nuestros esfuerzos y acciones. Es la brújula que nos guiará a líderes y colaboradores. Será aquello que nos permitirá que todas las cosas que hagamos, tengan sentido y coherencia. La organización en el FUTUROⁱⁱ.

Entonces la visión del Plan de Comunicación sería el siguiente: Transferir a la ciudadanía que en Sígsg mejora la calidad de vida porque el Gobierno Autónomo Municipal propicia la cobertura de servicios de manera planificada, transparente y participativa lo que posibilita de desarrollo del cantón y de sus habitantes.

4.4. OBJETIVOS DEL PLAN

El objetivo de la información institucional es, como expresa Martínez Bargueñoⁱⁱⁱ “identificar y desarrollar al máximo las relaciones con los ciudadanos, con vista al reforzamiento del conocimiento que éstos poseen de la administración, y procurar el consenso en torno a su gestión”.

4.4.1. OBJETIVO GENERAL

Mantener permanentemente informada a la ciudadanía del Cantón Sígsg sobre la calidad y confiabilidad de los procesos y procedimientos de gestión del gobierno local, así como de las políticas, programas y medios utilizados en el ámbito de la administración municipal.

4.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Resaltar la transparencia en la contratación de los estudios de factibilidad, de asesoría técnica y legal y el manejo de los fondos públicos, para proyectar una imagen positiva y confiable de la Municipalidad.
- Fomentar y mantener un vínculo con diferentes instituciones pares para intercambiar experiencias en el campo de la administración pública, no sólo técnica, sino también social.



- Incentivar la participación ciudadana en la toma de decisiones para que las mismas logren materializar las propuestas de desarrollo económico y social en función del interés colectivo, las mismas que deben estar contenidas en el Plan de Desarrollo Estratégico Participativo Cantonal.



CAPITULO V: POSICIONAMIENTO DEL PLAN

5.1. POBLACION META

“Toda empresa, ya sea que actúe en el mercado industrial, en el mercado de bienes de consumo, o se dedique a la prestación de servicios especiales, con o sin fines de lucro, tiene problemas relacionados con la creación y el mantenimiento de una imagen adecuada. Esos problemas tienen mucho en común, solo difieren en aspectos específicos, peculiares de cada sector y de cada empresa u organización. Esto significa que cada empresa debe tener presente sus distintos públicos” Stewart Henderson Britt^{IV}

Uno de los elementos más importantes en la aplicación de un Plan de Comunicación es sin lugar a dudas la selección del público al cual se dirigirá los mensajes. Sin embargo en las instituciones públicas especialmente en aquellas donde no se ha dado la importancia adecuada a la comunicación. Una afirmación de ellos podría ser que la buena información es aquella que se da a conocer a todos (en el caso de Sígsig todos serían los más de 26 mil habitantes), de allí que es de trascendental importancia conocer que mucho mejor que llegar a mayor cantidad de gente es llegar a todo el público que nos interesa la mayor cantidad de veces.

Es un error común entre muchas instituciones creer que informar de una sola manera es suficiente para que la población acepte nuestras propuestas.

El publico meta se constituye en el conjunto de personas con ciertas características en común al que dirigiremos nuestros mensajes, por lo tanto los públicos objetivos del presente plan de comunicación serán segmentos de la población seleccionados en función de sus rasgos y con un determinado nivel de homogeneidad^V

El saber identificar a los distintos públicos permitirá construir o elevar la comunicación para cada uno de esos públicos, aumentando por consiguiente la efectividad del impacto y con menor desperdicio de recursos.

Aunque muchos autores clasifican de diferente manera a los públicos, la mayoría habla fundamentalmente en 2 tipos:

1. Publico Externo
2. Público interno

Público Externo.- Son aquellas personas que interactúan con la organización pero no pertenecen a ella, dentro de esta se incluyen a los



ciudadanos hombres y mujeres de cantón, los proveedores, el Gobierno, las Instituciones públicas y privadas.

Si hablamos de ciudadanos del cantón, es necesario recordar que según el último Censo realizado en el año 2010, Sígsg tiene 26.910 habitantes de los cuales 14.995 son mujeres y 11.915 son hombres y si a estos los separamos por parroquias la población del cantón es la siguiente:

PARROQUIA	HOMBRE	MUJER	TOTAL CANTONAL	%
Sígsg	4959	6211	11170	42%
Cuchil	725	963	1688	6%
Jima	1299	1587	2886	11%
Güel	564	784	1348	5%
Ludo	1494	1872	3366	13%
San Bartolomé	1834	2267	4101	15%
San José de Raranga	1040	1311	2351	9%
Total	11915	14995	26910	100%

Fuente: Municipalidad de Sígsg

Distribución por Quinquen



AREA # 010950	SIGSIG		
Grupos quinquen	Sexo		
Grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	112	112	224
De 1 a 4 años	446	430	876
De 5 a 9 años	628	639	1267
De 10 a 14 años	712	745	1457
De 15 a 19 años	634	665	1299
De 20 a 24 años	404	508	912
De 25 a 29 años	298	434	732
De 30 a 34 años	241	386	627
De 35 a 39 años	239	371	610
De 40 a 44 años	188	300	488
De 45 a 49 años	205	295	500
De 50 a 54 años	161	239	400
De 55 a 59 años	128	213	341
De 60 a 64 años	141	207	348
De 65 a 69 años	125	206	331
De 70 a 74 años	119	162	281
De 75 a 79 años	81	119	200
De 80 a 84 años	52	98	150
De 85 a 89 años	32	46	78
De 90 a 94 años	9	26	35
De 95 a 99 años	4	8	12
De 100 años y más		2	2
Total	4959	6211	11170

Fuente: Municipalidad de Sigsig

AREA # 010951	CUCHIL		
Grupos quinquen	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	8	14	22
De 1 a 4 años	57	62	119
De 5 a 9 años	97	92	189
De 10 a 14 años	111	98	209
De 15 a 19 años	78	96	174
De 20 a 24 años	61	59	120
De 25 a 29 años	35	71	106
De 30 a 34 años	37	62	99
De 35 a 39 años	35	58	93
De 40 a 44 años	34	45	79
De 45 a 49 años	29	60	89
De 50 a 54 años	17	43	60
De 55 a 59 años	28	31	59
De 60 a 64 años	26	31	57
De 65 a 69 años	26	47	73
De 70 a 74 años	15	32	47
De 75 a 79 años	13	19	32
De 80 a 84 años	11	23	34
De 85 a 89 años	5	14	19
De 90 a 94 años	2	6	8
Total	725	963	1688

Fuente: Municipalidad de Sigsig



AREA # 010952	JIMA		
Grupos quinquenales	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	23	13	36
De 1 a 4 años	114	113	227
De 5 a 9 años	147	160	307
De 10 a 14 años	204	169	373
De 15 a 19 años	156	145	301
De 20 a 24 años	104	125	229
De 25 a 29 años	56	85	141
De 30 a 34 años	51	90	141
De 35 a 39 años	55	79	134
De 40 a 44 años	47	87	134
De 45 a 49 años	46	62	108
De 50 a 54 años	42	83	125
De 55 a 59 años	46	66	112
De 60 a 64 años	52	69	121
De 65 a 69 años	39	77	116
De 70 a 74 años	42	64	106
De 75 a 79 años	38	38	76
De 80 a 84 años	18	40	58
De 85 a 89 años	11	13	24
De 90 a 94 años	5	8	13
De 95 a 99 años	3	1	4
Total	1299	1587	2886

Fuente: Municipalidad de Sigsig

AREA # 010953	GUEL		
Grupos quinquenales de	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	8	9	17
De 1 a 4 años	51	43	94
De 5 a 9 años	72	65	137
De 10 a 14 años	96	95	191
De 15 a 19 años	72	84	156
De 20 a 24 años	33	60	93
De 25 a 29 años	20	55	75
De 30 a 34 años	22	44	66
De 35 a 39 años	36	40	76
De 40 a 44 años	20	37	57
De 45 a 49 años	16	50	66
De 50 a 54 años	17	34	51
De 55 a 59 años	19	27	46
De 60 a 64 años	24	33	57
De 65 a 69 años	20	33	53
De 70 a 74 años	7	23	30
De 75 a 79 años	15	17	32
De 80 a 84 años	6	16	22
De 85 a 89 años	7	16	23
De 90 a 94 años	1	2	3
De 95 a 99 años	2	1	3
Total	564	784	1348

Fuente: Municipalidad de Sigsig



AREA # 010954	LUDO		
Grupos quinquen	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	42	43	85
De 1 a 4 años	168	193	361
De 5 a 9 años	274	274	548
De 10 a 14 años	249	255	504
De 15 a 19 años	157	184	341
De 20 a 24 años	99	106	205
De 25 a 29 años	59	131	190
De 30 a 34 años	63	107	170
De 35 a 39 años	58	110	168
De 40 a 44 años	55	72	127
De 45 a 49 años	47	65	112
De 50 a 54 años	34	65	99
De 55 a 59 años	45	43	88
De 60 a 64 años	45	67	112
De 65 a 69 años	45	46	91
De 70 a 74 años	20	37	57
De 75 a 79 años	20	32	52
De 80 a 84 años	11	23	34
De 85 a 89 años	2	14	16
De 90 a 94 años	1	4	5
De 95 a 99 años	-	1	1
Total	1494	1872	3366

Fuente: Municipalidad de Sigsig

AREA # 010955	SAN BARTOLOME		
Grupos quinquen	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	33	41	74
De 1 a 4 años	176	183	359
De 5 a 9 años	281	275	556
De 10 a 14 años	287	282	569
De 15 a 19 años	241	226	467
De 20 a 24 años	141	174	315
De 25 a 29 años	116	154	270
De 30 a 34 años	67	106	173
De 35 a 39 años	58	108	166
De 40 a 44 años	52	109	161
De 45 a 49 años	60	110	170
De 50 a 54 años	65	102	167
De 55 a 59 años	62	72	134
De 60 a 64 años	46	72	118
De 65 a 69 años	37	65	102
De 70 a 74 años	41	58	99
De 75 a 79 años	24	58	82
De 80 a 84 años	20	43	63
De 85 a 89 años	13	13	26
De 90 a 94 años	12	11	23
De 95 a 99 años	2	4	6
De 100 años y más	-	1	1
Total	1834	2267	4101

Fuente: Municipalidad de Sigsig



AREA # 010956	SAN JOSE DE RARANGA		
Grupos quinquen	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	27	36	63
De 1 a 4 años	113	124	237
De 5 a 9 años	136	138	274
De 10 a 14 años	186	184	370
De 15 a 19 años	162	158	320
De 20 a 24 años	57	96	153
De 25 a 29 años	31	70	101
De 30 a 34 años	31	68	99
De 35 a 39 años	37	70	107
De 40 a 44 años	40	52	92
De 45 a 49 años	38	66	104
De 50 a 54 años	29	45	74
De 55 a 59 años	39	58	97
De 60 a 64 años	39	37	76
De 65 a 69 años	22	35	57
De 70 a 74 años	32	30	62
De 75 a 79 años	11	24	35
De 80 a 84 años	7	12	19
De 85 a 89 años	2	6	8
De 90 a 94 años	1	2	3
Total	1040	1311	2351

Fuente: Municipalidad de Sigsig

Pero aun más este publico deberá segmentarse de acuerdo a las características de cada público, así por ejemplo; edad, sexo, nivel social, cultural, económico, profesión, actividad laboral o función, intereses personales, gustos, preferencias, hobbies, y desde luego necesidades^{vi}

Esto no quiere decir que siempre deberíamos elaborar un producto comunicacional para cada segmento sino más bien dirigir a quien corresponda el mensaje de una forma, clara conciso y directo.

Publico Interno.- Son aquellos grupos que integran el organigrama de la institución. Y es que precisamente hasta ahora se ha visto como algo normal que la información de las actividades que se cumplen se dirija exclusivamente al público externo, sugiriendo que se debe sobrentender que los empleados y trabajadores de la institución o ya lo saben o que simplemente no es necesario que lo sepan, cuando en realidad los públicos internos podrían constituirse en una herramienta clave para la comunicación externa.

Por otro lado, como lo señala Jaime Duran^{vii} hay ciudadanos que respaldan de manera firme al régimen, conocidos como seguidores duros y a quienes no se les dedicará mayor esfuerzo, también existen los ciudadanos que están de acuerdo con el gobierno pero de una manera blanda y pueden alejarse de



él en cualquier momento. También existen los ciudadanos que mantienen una actitud neutra, son los llamados seguidores posibles. Además existen aquellos ciudadanos que están en contra del gobierno aunque sus actitudes no son definitivas y se los conoce como opositores blandos y, finalmente los que se oponen definitivamente al Gobierno y se los conoce como opositores duros.

De allí entonces que de acuerdo a lo expuesto por Durán Barba, definir los grupos a los que se quiere llegar con la comunicación es indispensable.

5.2. ESTRATEGIAS DEL PLAN

Estrategia.- El portal electrónico Wikipedia, define a la estrategia como el conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se lleve a cabo para lograr un determinado fin.

Definición.org^{viii} dice que son principios y rutas fundamentales que orientan el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Las estrategias se distinguen en tres tipos de corto, mediano y largo plazo.

Jaime Duran dice que la estrategia es un plan integral en el que cobra sentido todo lo que hace o jeda de hacer un gobierno y todo lo que comunica y deja de comunicar. También sugiere que la estrategia no se debe hacer en el aire sino que debe partir de información obtenida científicamente solo así se garantizará el fin de la estrategia que no es satisfacer la vanidad de la autoridad, sino conseguir metas concretas.

La estrategia también requiere de tiempo para realizarse pues se elabora para que produzca resultados prácticos. Una estrategia debe ser producto de una gran imaginación.

Algo que debe considerarse prioritario a la hora de elegir la estrategia es que la misma debe escribirse. “Si no está escrito no existen” asegura Duran y tiene razón si consideramos que no es producto de la intuición sino que es un documento elaborado lógicamente.

Para la elaboración de las estrategias de comunicación primeramente se realizó como ya hemos indicado un diagnóstico de la situación actual de la comunicación en el municipio tanto a nivel interno como externo, por ello proponemos que la estrategia parte de información objetiva respecto de las variables sobre las que deberá moverse el municipio.



Trabajamos en el diseño estratégico en donde planteamos que es lo que queremos lograr tanto a nivel externo como interno considerando siempre que los objetivos sean medibles, alcanzables, dirigidos a públicos específicos.

Para el presente trabajo se consideró los objetivos y principios municipales así como también nos enfocamos en la misión y la visión de la Institución:

Misión

Contribuir mediante la acción moderna, eficiente y eficaz del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígsig a mejorar los estándares de vida de su comunidad urbana y de su medio rural, reduciendo los niveles de pobreza a través de la accesibilidad cierta de sus habitantes a mejores servicios públicos, a eficientes condiciones de convivencia y seguridad y a modernizadas acciones municipales que propicien nuevos emprendimientos productivos comunitarios, que aseguren mejores patrones de vida en el cantón.

Esta es una larga definición de la misión municipal que en resumidas cuentas procura la consecución del buen vivir a través de la oferta eficiente y eficaz de servicios. Entendiendo al Buen vivir como el llegar a una armonía total con la comunidad y con el cosmos^{ix}.

Visión

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Sígsig, ha desarrollado un modelo sostenible de gestión, asegurando el desarrollo integral de sus habitantes y garantizando la accesibilidad permanente de la colectividad urbana y de las comunidades rurales pobres a los servicios sociales, a la infraestructura básica sanitaria, a las obras de apoyo, a la producción, a las obras de equipamiento en general y a otras actividades generadoras de ingresos, contribuyendo así a mejorar sus condiciones de vida.

Además, el Plan de Comunicación y sus estrategias se alinearán con lo que establece la Constitución de la República del Ecuador aprobada en el año 2008 específicamente en su Artículo 100 numeral 4^x. De igual manera en el COOTAD en su Art. 59 literal z y el Art. 92 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana.

Todo esto da nombre justamente al plan que se propone “Plan de Comunicación y Relaciones Públicas, eje para la participación ciudadana: Una propuesta para el Gobierno Local del cantón Sígsig, provincia del Azuay” Es importante indicar que al estar involucrados directamente en la institución municipal del cantón Sígsig hemos tenido la posibilidad de ir poniendo a



prueba las diferentes estrategias, lo que da garantía de poder proponerlas para que se incluyan de manera definitiva. Estas estrategias son las siguientes:

1. **Difusión de las actividades, obras y servicios que la municipalidad ofrece a sus públicos.-** Consiste en una serie de acciones y tácticas que nos permitirán mantener bien informada a la ciudadanía tanto de fuera como dentro de la institución, para ello el apoyo y coordinación de las autoridades así como de los directores y funcionarios municipales será fundamental.

Uno de los grandes inconvenientes es no tener bien informada a la población, el pensar que el envío de boletines de prensa es suficiente no es ni de lejos una solución, para ello se deberá armar un verdadero plan de medios, tanto masivos como alternativos, amén de otras tácticas que aquí explicaremos, servirán de importante soporte para las buenas relaciones Municipio-Ciudadanía.

2. **Fortalecimiento de la Imagen Institucional.-** La imagen es el activo más valioso en una organización en un mundo tan competitivo, proyectar una adecuada imagen de la institución fortalecerá la autoestima de quienes en ella laboran y facilita la consecución de los objetivos.

Pero es importante tener en cuenta que desarrollar una buena imagen es simplemente crear un logotipo, como se expresa en Business Process Management (BPM)^{xi} “La mejor imagen es aquella que comulga íntegramente con los valores y las creencias de nuestra organización, es decir, es aquella que refleja fielmente las características de nuestra filosofía y cultura organizacionales. Es, además, aquella que se apega fielmente a las características de nuestra misión como empresa y logra empatar lo que hacemos con lo que decimos. En otras palabras, la imagen debe emanar directamente de nuestra identidad”. Por ello en el presente plan se plantea la realización de varias e importantes tareas que iremos desarrollando una a una más adelante.

3. **Fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales.-** Ninguna institución camina sola y en el caso de los gobiernos locales es de primordial importancia contar con buenos socios estratégicos para alcanzar los objetivos.

Las Relaciones Publicas no son una actividad transitoria ni de emergencia, no aparecen para corregir errores en el trato con el



público, son una función de la institución como lo son la dirección financiera, la dirección de cultura de infraestructura etc. "Las Relaciones públicas constituyen las formas dinámicas y los instrumentos que cada sector de la sociedad utiliza para integrarse, vincularse, comunicarse y darse a conocer con vistas a obtener y mejor proyección de sus realizaciones y una más adecuada interpretación de las finalidades que constituyen el motivo principal de su quehacer"^{xii} En este plan les diremos como mantener una buena comunicación con el resto de instituciones.

4. **Comunicación en tiempo de Crisis.-** Se entiende por crisis a "un acontecimiento extraordinario, o una serie de acontecimientos, que afecta de forma diversa a la integridad del producto, la reputación o a la estabilidad financiera de la organización; o a la salud y bienestar de los trabajadores, de la comunidad o del público en general" (Wilcox, 2001: 191)^{xiii}. Toda organización y los municipios es particular en un momento determinado entran en crisis que de no ser manejado adecuadamente puede provocar un caos del que no se puede salir, consiguiendo el desprestigio de la institución y especialmente sus administradores con el alcalde o alcaldesa a la cabeza.

Recordemos que el cantón Sígsig viene de soportar una larga crisis política administrativa que desestabilizó no solo a los políticos de turno sino y sobre todo a la población, a los comercios, a los profesionales, en fin; paralizó por completo el desarrollo de todo un pueblo y hoy en día a nadie le gustaría que vuelva a ocurrir, por lo tanto hay que estar bien preparados y en el plan de acción explicaremos como.

5. **Comunicación Interna.-** Es aquella que se dirige al cliente interno; es decir al trabajador, empleado o funcionario municipal, bien aplicada permite crear un clima de confianza y motivación, en donde se podrá compartir los éxitos institucionales y en donde cada individuo este correctamente informado.

En el Municipio de Sígsig emprender en esta estrategia es sumamente importante y urgente, esto por cuanto la inestabilidad política vivida años a tras dejo una huella que caló profundamente entre algunos funcionarios a tal punto de negarse a trabajar satisfactoriamente tan solo por revanchismos políticos sin pensar que con actitudes de este tipo perjudican más al pueblo.

Todo esto justifica que se aplique un programa de comunicación interna que no dependerá solamente de Comunicación o de Recursos



Humanos sino que involucra a la cabeza principal de la institución y a todos y cada uno de los funcionarios.

5.3. PLAN DE ACCION

Para el cumplimiento de cada una de las estrategias se ha planteado una serie de tácticas que constituyen el Plan de Acción de nuestro proyecto y que ahora explicamos.

1. Difusión de las actividades, obras y servicios que la municipalidad ofrece a sus públicos.

Son múltiples las formas a través de las cuales podemos dar a conocer las actividades, obras y servicios de una institución, pero para ello primeramente deberos guiarnos en el público a quien queremos llegar con nuestro mensaje, conocer como expresamos anteriormente en los propósitos de la institución y en su principales ejes de acción, una vez esté claro el panorama se trabajará en el mensaje, mismo que deberá ser elaborado de una manera clara, concreta, oportuna y eficaz.

Cuando llegamos a la Municipalidad solamente existían una cartelera, comunicados escritos en papel y pegado a las paredes del edificio, la información que se publicaba en los periódicos eran posible solamente cuando la primera autoridad municipal llegaba a Cuenca y tenía la suerte de cruzarse en el camino con algún periodista.

La responsabilidad de la alcaldesa por mantener informada a la ciudadanía hizo posible que se nos abriera espacio en la institución y aunque sin presupuesto se desarrolló un plan de información.

Para nosotros lo importante en principio fue conocer la información que disponíamos, esto es posible dialogando permanentemente con los responsables de cada área y en el caso de Sígsig particularmente con el departamento de Planificación Estratégica; por ser quienes elaboran los Planes Operativos Anuales POA y el departamento Financiero quienes a su vez manejan los recursos económicos.

Entonces la tarea es amplia por lo que se plantea trabajar utilizando los medios tradicionales y utilizando las nuevas tecnologías de la siguiente manera:

Prensa Escrita



El cantón Sígsig en la actualidad no cuenta con un medio de comunicación escrito propio, varios intentos por mantener este servicio se han realizado pero los mismos han debido abortarse fundamentalmente por falta de apoyo económico; tal es el caso de el semanario “El Sígseño” con algo más de un año de vida y la revista Alcacay que si bien es cierto son varios sus números de circulación en los últimos 3 años dejó de aparecer.

Algunas instituciones y clubes realizan sus publicaciones de manera anual y con temas específicos que para el caso no se consideran un medio de comunicación.

Desde la ciudad de Gualaceo; Semanario El Pueblo y Semanario El Sol, por varias ocasiones se ha puesto en circulación sus medios en Sígsig, pero de manera discontinúa y con muy poca aceptación ciudadana.

Quedan entonces únicamente los periódicos de la ciudad de Cuenca El Mercurio y El Tiempo, medios de comunicación de cobertura regional y que dentro de sus secciones abordan temas de interés cantonal, pero sus publicaciones se basan especialmente en boletines de prensa enviados por las partes interesadas y por el espacio que ocupan no siempre se cuentan con información de este cantón.

Al vernos sometidos a estas circunstancias, la alternativa es crear un medio de comunicación propio que circule periódicamente y que sea gratuito, fácil de conseguir y fácil de leer. Lo ideal sería crear un periódico institucional pero al servicio de todo un cantón, pero los costos de mantenimiento son muy elevados y la Municipalidad de Sígsig no cuenta con recursos por ahora. Esta idea sin embargo no debe ser olvidada y se debe buscar la manera de financiarlo siempre y cuando como dijimos anteriormente tenga un carácter de servicio ciudadano y no solamente como un medio institucional.

Pero como lo fundamental ahora es dar a conocer lo que ocurre en la municipalidad hemos propuesto la realización de un suplemento tamaño A4, de 4 páginas full color en papel bond o periódico. El mismo deberá circular cada 15 días con la información actualizada de los proyectos, tareas y servicios que emprende la Institución.

Con el ánimo de buscar mayor impacto se sugiere se utilice como nombre del mismo “Avanzamos” utilizando la misma tipografía del slogan municipal es decir letra **Saginaw** más o menos como se describe en la siguiente gráfica:



Avanzamos Avanzamos Avanzamos Avanzamos Avanzamos Avanzamos Avanzamos Avanzamos

SIGSIG
Sistema Integrado de Gestión
de la Escuela para la Seguridad

Avanzamos
INFORMATIVO DEL GOBIERNO LOCAL 2009 - 2014 AGOSTO 2011 N° 006

Jornadas Deportivas de Sigsig declaradas Patrimonio Cultural Inmaterial

A los 39 años de haberse realizado por primera vez las Jornadas Deportivas Vacacionales de Sigsig, han sido declaradas Patrimonio Cultural Inmaterial Local por el Concejo Municipal presidido la licenciada Aramita Jiménez Galán.

Esta declaratoria contribuirá a la continuidad cultural de este evento vacacional en la ciudad de Sigsig a lo largo del tiempo, pues se trata de una experiencia socio cultural y deportiva, reconocida y aceptada por toda la población. Pero además, se gestionará ante el INPC para que las mismas sean declaradas como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.

Este justo reconocimiento se complementa con actividades paralelas a la programación deportiva; como teatro, títeres, shows artísticos, bailes típicos y gastronomía, lo que permitirá que durante la semana de competencia, la familia entera tenga alternativas de esparcimiento.

La Alcaldía de Sigsig considera que fomentar el deporte es apoyar a la educación y a la salud de la población, pues cumple un papel fundamental en la formación integral de la niñez y adolescencia, por ello es que desde el inicio de la Administración ha venido destinando recursos para el desarrollo deportivo.

El Chumucary más Sigseño que nunca

Con el objetivo de rescatar los valores históricos, culturales y sociales, se coloca un mural cerámico con la máscara del sol de Chumucary en una base de 42 m2 de dimensión y con 1300 kilos de peso, en la parte frontal del Coliseo de Deportes de Sigsig.

Esta obra es producto de un convenio firmado entre la Municipalidad de Sigsig, el Centro Cultural Procer "Taller de Artes" y Estudio de Diseño Jank. En la definición del diseño participaron 40 estudiantes de 3 establecimientos secundarios de la ciudad.

Comité Pro Sigsig

municipiosigsig @sigsig

Este suplemento circulará además con edición especial en cada una de las parroquias en sus fiestas de parroquialización o en la fecha que mayor presencia de público exista.



Otro de los medios de bajo costo y que permite mantener informada adecuadamente a la población la elaboración de pequeños folletos informativos en donde manteniendo las características institucionales de pone a disposición del público la información que nos interesa que se conozca.

Estos folletos pueden circular en ocasiones especiales, como inauguración de obras, asambleas, socializaciones o se les puede dar una periodicidad de circulación mensual o quincenal.

Estos materiales a más de la información de obras y servicios deberán tener un valor agregado como por ejemplo; información sobre horarios de atención, requisitos para algún trámite o simplemente postales de recuerdo.



También se sugieren la construcción de hojas volantes y circulares las mismas que abordarán temas específicos y de igual manera circularán en ocasiones específicas^{xiv}.

Otra Acción que se recomienda es la realización de una revista municipal la misma que deberá circular una en el mes de abril coincidiendo con las fiestas de cantonización y en donde entre otras cosas enfocará el resumen anual de actividades, así como la promoción turística de Sigsig y sus parroquias y la otra en el mes de octubre a propósito de las fiestas de aniversario de la declaratoria de Sigsig como ciudad Patrimonio Cultural del Ecuador y en la que se enfocarán temas relacionados al quehacer cultural y turístico del cantón.

La revista será de formato A5 mínimo 20 páginas full color y el dice se realizará de acuerdo con las temáticas abordadas y ajustándose a los colores institucionales.



Se cree necesario además, alimentar permanentemente a los diferentes medios de comunicación con información para que pueda ser difundida por los mismos en los distintos espacios destinados para los cantones.

Medios radiales.-

De igual manera en el cantón Síg sig solamente existe una radioemisora la misma que lleva el nombre de “Radio Fasayñan” cuyo propietario dirige un programa informativo de lunes a viernes de 6h00 a 8h00 y los días domingos a partir de las 09h00 un programa de opinión, además, los días sábados el Dr. José Faican quien también es corresponsal de radio La Voz del Tomebamba de la ciudad de Cuenca, dirige un programa de opinión en la emisora sigseña. El resto de tiempo la radioemisora es eminentemente musical, ante ello se propone armar un plan de medios en el que se pueda pautar a través de cuñas radiales las labores municipales.

Para ello se recomienda pautar en las emisoras más escuchadas y en los programas de opinión y deportivos de mayor aceptación popular. Estas emisoras de acuerdo a la investigación realizada son:

Radio Tomebamba.- en donde se pautará por lo menos 5 veces diarias especialmente en los programas informativos, durante un año calendario.

Radio Fasayñan.- Con pauta de 10 spot diarios en los distintos programas de la estación, durante un año calendario.

Radio 96.1.- Pauta de por lo menos 5 cuñas diarias por un año de periodo.

Radio Sono Onda.- Por ser una radio popular con cobertura en la zona rural especialmente en las parroquias Jima y San José de Raranga, con pauta de por lo menos 5 cuñas diarias y durante un año.

Además, se sugiere anunciar las actividades municipales en las transmisiones deportivas del señor Leonardo Guillen quien dirige un programa deportivo de gran aceptación popular.

Así mismo, sería muy importante auspiciar uno de los programas de opinión de mayor aceptación como lo es el programa ANALISIS dirigido por el Lcdo. Hernán Samaniego.

Esto nos garantizaría llegar a un mayor número de oyentes y por consiguiente que nuestro mensaje cale en la población.

Los contratos se podrán revocar una vez concluido el año.

Es importante indicar que si se sugiere que las contrataciones se hagan con un plazo mínimo de un año por cuanto el mensaje debe ser duradero para que logre los objetivos planteados, un mensaje que aparezca solamente en esporádicas ocasiones a decir de profesionales de la publicidad es dinero perdido.

Por otro lado y con el ánimo de mantener mejor informada a la población, se recomienda emular lo realizado por otros municipios en situaciones como la realización de un programa radial de una hora de duración, el mismo que podrá ser realizado en distintas localidades y con la participación de la población.

Para este programa radial se ha sugerido el nombre de “Radio revista municipal AVANZAMOS” manteniendo el nombre del suplemento informativo.



Además y de acuerdo a las necesidades de la institución se podrá contratar retransmisiones de eventos especiales.



Televisión

El cantón Sígsig no cuenta con un medio televisivo propio en el cual se pueda presentar algún tipo de programa municipal, la mayoría de los hogares sigseños dispone del servicio pagado de televisión e incluso los canales provinciales y nacionales se transmiten a través de esta señal, de allí que tomando en consideración por lo menos uno de los programas más sintonizados se propone pautar por lo menos por un lapso de 6 meses en el programa deportivo Conexión Deportiva de telecuenca dirigido por un ciudadano de origen sigseño con gran aceptación en la ciudad de Sígsig.

Los costos publicitarios en televisión son muy elevados y al no contar con suficiente presupuesto por ahora es imposible programar la realización de un programa, pero para futuro se sugiere realizar un programa semanal, pero no de informe de labores sino y sobre todo de promoción turística y a través de este sugerir los principales trabajos realizados por la institución.

Web y redes sociales

El uso de las nuevas tecnologías hoy en día es fundamental para mantener bien informada a la población y de manera especial para llegar a los públicos juveniles que difícilmente aceptan la información que aparece en los medios masivos. Es importante indicar que al trabajar por medio del internet no estamos llegando con mensajes masivos sino más bien que se llega a nicho de población (jóvenes, estudiantes, amantes de géneros musicales, clubes, grupos de hombres, grupos de mujeres, maestros etc.) entonces el trabajo es fundamental y muy detallado a implementarse a través de esta propuesta.

Al llegar al Municipio existía un portal web <http://www.sigsig.gov.ec> a través del cual se informaba de manera poco entendible los aspectos exigidos por la Ley de transparencia; esto es, presupuesto, organigrama, sueldos y salarios entre otros, entonces se empezó a trabajar en una actualización más amplia de la misma de allí que se logró adaptarla a las nuevas exigencias nacionales que ahora el link es <http://www.sigsig.gob.ec> en este portan se incluyeron nuevos servicios informativos, mayores datos y desde luego se cumple a cabalidad con lo dispuesto en la Ley de Transparencia.

Acorde con los nuevos avances se crearon perfiles facebook y twitter pero sin ser aprovechados al máximo.



Ahora se propone la utilización de los medios digitales al máximo, para ello se propone la creación de los siguientes productos:

Ampliar los servicios de las nuevas tecnologías de información con perfiles de estrategias APPS para campañas de información con sistemas interactivos. Esto quiere decir que crearemos o utilizaremos de mejor manera las redes sociales, creando ya no un perfil sino una página en facebook se capacitará sobre el correcto uso de twitter, se abrirá un canal en Youtube y se aprovechará la aplicación móvil y social FLIPZU para compartir voz y audio en tiempo real en Twitter y Facebook.

Pero además se propone que estas aplicaciones y redes sociales estén enlazadas directamente con el portal web institucional de tal manera que todos los servicios de las nuevas tecnologías se congreguen en un solo lugar y el servicio sea más efectivo.

2. Fortalecimiento de la Imagen Institucional

El viejo adagio “Una imagen vale más que mil palabras” aún se aplica y con fuerza en Sígusig para ello proponemos con urgencia la señalización de los distintos departamentos de la entidad municipal, es increíble que hasta el momento no se lo haya hecho perjudicando a la población con la pérdida de tiempo cuando se quiere llegar algún lugar en específico y afeando la institución.

La implementación de éste servicio aun no ha sido posible por cuanto en el municipio aun no están definidos los lugares en donde se ubicarán las oficinas esto debido a que el edificio donde funciona la municipalidad ya ha quedado chico debiendo buscar nuevas alternativas. En todo caso la señalización de la institución es una acción que se asumirá en los próximos meses.

De igual manera el personal que en el municipio labora no cuenta con identificaciones o credenciales que les abale como funcionarios de la institución, de allí que se ha elaborado un diseño para que se dote de identificaciones a todos y cada uno de los funcionarios.



Universidad de Cuenca



En lo relacionado a la imagen corporativa la municipalidad al llegar nosotros contaba con un logotipo creado por un ciudadano a fin a la administración que representa uno de los aretes del Cacique Duma, héroe del lugar, este símbolo se acompañaba de una frase que promociona el turismo del lugar “Un encanto que te espera” dejando de lado los otros aspectos importantes como la ejecución de obras.



Un dato adicional es que el logotipo lleva grabada la palabra Sigsig pero sin la utilización de la tilde. Ante ello se trabajó conjuntamente con el diseñador de la institución señor. Paulo Sánchez quien tomando las ideas propuestas elaboró un nuevo diseño en donde se corrige la falta ortográfica de Sigsig por Sígsig y se elimina el slogan Un encanto que te espera, dejando el mismo únicamente para el tema turístico y colocando en su remplazo la frase “Obras de verdad para gente de verdad” manteniendo obviamente la tipología. Además se recomienda cambiar el logo turístico por otro



más atractivo, el mismo que ha sido elaborado por el diseñador de la institución y actualmente está en etapa de prueba.

Finalmente se recomienda crear un manual de uso y aplicaciones del logotipo en la diferente papelería de la institución, encontrándose el mismo en pleno desarrollo.

Otra propuesta es la creación de un personaje que ayude a posesionar las acciones de una institución en la sociedad de una manera más liviana y relajante. En el caso del municipio y luego de una exhaustiva selección se trabaja con la empresa de asesoramiento institucional denominada Grupo 99 a quienes se les contacta para que en base a los requerimientos de los autores de este trabajo creen técnicamente el personaje.

Al ser Sígsig un cantón que se identifica con las mujeres artesanas de la paja toquilla, conocidas por elaborar los mejores sombreros del país y al encontrarles en todas las parroquias del cantón con sus comunidades, se propone crear como personaje a una toquillera.

Ella será la encargada de informar a los distintos públicos internos y externos las actividades municipales y de contribuir al posicionamiento de una buena imagen del ayuntamiento.

PANCHITA "LA TOQUILLERA"



Diseño Grupo 99

Otra tarea fundamental es trabajar en la elaboración de lonas, banners, carteleros y más materiales en donde se refleje el logotipo y la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígig.

Finalmente, es muy importante crear un single o canción municipal que a más de servir de tema que nos identifica servirá para cubrir los espacios que por situaciones diversas queden vacíos en las radioemisoras que se contraten.

- 3. Fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales.-** Esta estrategia al tiempo que refuerza la anterior se podría decir que se complementa puesto que busca de igual manera mantener una



imagen positiva del Gobierno Local ante el resto de instituciones sean públicas y privadas.

La tarea es justamente mantener unas buenas relaciones con el resto de públicos para ello como principales tareas se plantea en primer lugar identificar claramente las instituciones que más interesan para entablar la relación.

Una vez cumplido es requisito deberemos armar un kit informativo con todo cuanto haga relación al cabildo luego enviar o de ser posible acudir personalmente a los distintos lugares a poner a disposición de ellos la institución, se trata de hacer lobby para cuando en un momento determinado se les necesite poder contar con ellos.

Para cumplir con ello se recomienda trabajar en la papelería institucional, tarjetas de presentación para las autoridades y los principales funcionarios, elaborar varios tipos de suvenires.



A nivel de comunicación uno de los públicos con quienes más contacto se tiene y con quienes mejores relaciones se debe mantener son los medios de comunicación, para ello se propone que a más de los materiales antes indicados se elaboren otros con información relevante que a estos les interese demostrando toda



nuestra disposición de colaborar para cuanta investigación se pretenda realizar.

Del mismo modo es importante visitarles periódicamente y consultar si requieren alguna información adicional, los dueños de los medios o los periodistas aunque por naturaleza son acuciosos siempre verán con buenos ojos nuestra apertura al dialogo.

Otra táctica que se recomienda poner en acción es organizar visitas guiadas a los lugares donde se ejecutan las obras, para esto se planificará con tiempo el día de la visita, se preparará material al respecto este se envía con anterioridad al periodista al tiempo de invitarle al recorrido de obras. Una vez aceptada la visita se dispone de un vehículo para trasportarles y en compañía de las autoridades municipales se comparte todo el tiempo que sea necesario para explicar el estado de los trabajos.

Este tipo de información también es muy efectiva si se aplica con los líderes de opinión y articulistas de los medios de comunicación, quienes una vez conocen la obra explican a su estilo a sus lectores respeto de nuestras obras.

- 4. Comunicación en tiempo de Crisis.-** Roberto Izurrieta Cánova^{xv} al asegurar que los gobiernos tienen una enorme y permanente necesidad de comunicarse con el público también dice que en manejo de crisis las Relaciones públicas son muy prácticas porque pueden anticipar hechos o eventos que pueden suceder, entonces, sugiere Izurrieta los Relacionistas públicos deben pensar siempre en crisis.

Es por ello que dentro de las acciones de relaciones públicas cuando se presente una crisis es dar información oficial al público, pues cuando hay información oficial los rumores se paran y las aguas se calman.

También se sugiere que siempre que exista una crisis la institución sea la primera en anunciarla y de manera rápida, así estaremos demostrando que no hay nada malo que ocultar y que se está tratando de solucionar el problema.

Cuando se presente una crisis se recomienda conformar un equipo de trabajo para manejarla, Roberto Izurrieta recomienda que se conforme por los encargados de la parte legal, comunicación, relaciones públicas y un experto en el tema. Así mismo dice que



este equipo definirá la estrategia a seguir en función del peor escenario posible.

Para que la información fluya adecuadamente se nombrará un vocero institucional, este deberá gozar de credibilidad. El vocero es importante porque quitará presión a las autoridades que se enfocarán completamente a la solución de la crisis.

El equipo de comunicación y relaciones públicas trabajará permanentemente con el fin de mantener actualizada la información y buscarán por todos los medios éticos disponibles tranquilizar a la prensa que se encontrará habida por conocer lo que sucede y las acciones que las autoridades piensen ejecutar.

- 5. Comunicación Interna.-** César Alfonso Peña^{xvi} piensa que los directivos están preocupados en informar a los públicos externos dejando de lado a quienes están más cerca de la institución.

“La comunicación interna cumple la función de integrar y alinear a las personas con los objetivos de su empresa” dice, insistiendo en que es una herramienta de gestión que, combinada con otras, ayuda a conseguir resultados y el éxito del proyecto.

Esto nos da a entender que una estrategia bien comunicada, tanto a los directivos como a los empleados contribuirá a conseguir resultados exitosos. Es de vital importancia entender que la comunicación interna se relaciona con la gestión del personal, expresa el bloggero, por lo que va más allá del departamento de comunicación/marketing y del de recursos humanos.

Entonces la comunicación interna responde a la administración municipal, responde al trabajo coordinado entre todos.

El portal de Relaciones públicas www.rrppnet.com.ar considera que la comunicación interna no debe entenderse como un proceso en una sola dirección, sino que debe verse como un camino de ida y vuelta (feed-back) a fin de conocer y satisfacer las necesidades y objetivos de ambas partes. También, funcionará como una llamada de atención ante posibles conflictos, lo cual permitirá que éstos se solucionen a tiempo.

Para el manejo adecuado de la comunicación interna se recomienda mantener un contacto permanente con el personal



llegar siempre con un mensaje claro que no motive distorsiones a mal entendidos

Se recomienda crear un buzón de sugerencias, utilizar adecuadamente las carteleras, comunicarse de manera gradual, así como es muy importante llamar la atención a quien cometa una infracción es más importante reconocer las buenas acciones del personal, hacerles notar que su trabajo es muy importante.

Se sugiere además, mantener una sincera y abierta comunicación entre las autoridades y empleados y optimizar los medios con los que ya se cuenta; es decir si la municipalidad tiene un medio de comunicación que sirve para comunicar al público exterior se incluya en el mismo la participación del personal de la institución sin importar el puesto que ocupen.

Una buena acción es realizar reuniones permanentes con empleados y trabajadores para conocer sus aspiraciones y necesidades, así como también dirigir periódicamente una carta a los funcionarios por parte de la autoridad en donde se cuente lo que se está haciendo por mejorar sus condiciones de trabajo.

Finalmente, se plantea que en coordinación con Recursos Humanos se impulse el destinar un día para que empleados y trabajadores compartan con sus hijos sus actividades en la institución. De esta manera integraremos a la familia en el cumplimiento de los objetivos municipales al tiempo de motivar al personal a labora más comprometidos con la institución y el pueblo.

5.4. PRESUPUESTO

Se podría entender como presupuesto una previsión de gastos e ingresos para un determinado tiempo^{xvii}. El presupuesto es un documento que permite a las empresas e instituciones establecer prioridades y evaluar la consecución de objetivos, “Es un plan integrador y coordinador que se expresa en términos financieros”

El municipio de Sígusig en la actualidad tiene un presupuesto de 8'577.828,98 dólares^{xviii} incluidos los recursos recibidos por el Estado como los gestionados a través de cobros de contribuciones, créditos y otros. Estos recursos han sido distribuidos para el cumplimiento de obligaciones y de los distintos programas de inversión no existiendo un monto fijo para lo relacionado a Comunicación y Relaciones Públicas, de allí que lo que actualmente se



invierte es lo que cada departamento ha destinado para publicidad en caso de ser necesario.

La experiencia ha demostrado que emprender en proyectos que no están presupuestados, o no se realizan o se cumplen pero perjudicando a algún otro trabajo. Sin embargo la Municipalidad de Sígües hasta hoy ha tenido la acertada decisión de disponer que cada departamento destine recursos para comunicación y publicidad lo que garantiza que muchos de los objetivos planteados por quienes manejamos la comunicación institucional se emprendan.

Lo ideal, creemos, es que del presupuesto total se destine por lo menos entre el 5% y 3% para comunicación; es decir, aproximadamente 258.000 dólares anuales, monto que aseguraría el cumplimiento de muchos objetivos, fundamentalmente el poder asegurar el cumplimiento del derecho ciudadano establecido en el constitución que es el derecho a estar bien informado.

A este monto se le debe agregar por lo menos otros 10.000 dólares que por gestión deberán conseguir los encargados del departamento. Desde luego no necesariamente tiene que ser dinero en efectivo, sino más bien a través de productos o servicios adicionales, donaciones, etc. Pero que también deben ser cuantificados.

Sin embargo al no existir esos recursos y considerando las estrategias y acciones a emprender en el presente plan de comunicación, el presupuesto llegaría a los **111.500 dólares** y se distribuiría de la siguiente manera.



Universidad de Cuenca

MATRIZ DE PLANIFICACION GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SÍGSIG																								
EJE ESTRATÉGICO :							7	Nivel de Gestión Ejecutiva Legislativa Fiscal y Participativo																
AREA DE RESPONSABILIDAD																								
Responsables de Area			Cargo																					
			Comunicación Social																					
PLAN OPERATIVO 2012																								
PROYECTOS	BENEFICIARIOS	OBRA 2012	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION	INDICADORES DE EJECUCION	RESULTADO ESPERADO	CRONOGRAMA DE EJECUCION												FUENTES DE FINANCIAMIENTO		OBSERVACION	PRESUPUESTO TOTAL		
							ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	INGRESOS PROPIOS	INGRESOS EXTERNOS				
PROYECTOS 2012																								
1	1. Difusión de las actividades, obras y servicios que la municipalidad ofrece a sus públicos	26910 habitantes	x	1	Prensa escrita	Plan de medios presentado	100% del proyecto elaborado	Ciudadanía de Sigsig informada y conoce de lo que hace la municipalidad	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	10000			10000		
				2	Radio	Plan de medios presentado	100% del plan de medios ejecutado	Ciudadanía de Sigsig informada y conoce de lo que hace la municipalidad	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	35.000			35.000		
				3	Web y redes sociales	Implementación	100% de ejecución	Ciudadanía informada				x	x							5.000			5.000	
				4	Televisión	requerimientos	100% de ejecución	Ciudadanía de Sigsig informada y conoce de lo que hace la municipalidad												5000			5000	
2	2. Fortalecimiento de la Imagen Institucional	26910 habitantes	x					Ciudadanía conoce como guiarse en la municipalidad											2.000			2.000		
				1	Señalética	Requerimientos y adquisición	100% de ejecución	Personal corectamente identificado												500	500		1.000	
				2	Identificaciones	Requerimientos y adquisición	100% de ejecución	Mejora en la imagen institucional				x												3.000
				3	Modificaciones Logotipo	Requerimientos y adquisición	100% de ejecución	Mejora en la imagen institucional			x	x	x	x										3.000
				4	Personaje	Requerimientos y adquisición	100% de ejecución	Mejora en la imagen institucional				x	x											3.000
				5	Material publicitario (banners, lonas, etc)	Requerimientos y adquisición	100% de ejecución	Mejora en la imagen institucional																
				6	Single	Requerimientos y adquisición	100% de ejecución	Mejora en la imagen institucional				x							1000			1000		
3	3. Fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales	26910 habitantes	X	1	kit informativo	Kit informativo	100% de ejecución	Mejora en la imagen institucional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	1000	1000		1000		
				2	Contacto con medios de comunicación	cubertura de medios	100% de ejecución	Mejora en la imagen institucional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	4000	1000		5000	
4	4. Comunicación en tiempo de Crisis	26910 habitantes	X	1	Acciones para enfrentarla	Requerimientos y adquisición	100% de ejecución	Sostenimiento Institucional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	10000	3000		13000		
5	5. Comunicación interna	26910 habitantes	X		Acciones de involucramiento interno	Ejecución de actividades	100% de ejecución	Fortalecimiento institucional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	15000	2500		17500		
				1																				



.5.5 CONCLUSION Y RECOMENDACIONES

El presente trabajo de tesis nos ha permitido conocer por dentro como se desarrollan las actividades en una institución pública, entidad que la mayoría de veces es criticada y considerada como un ente burocrático que no contribuye como se debe al desarrollo de la población.

Sin embargo, al involucrarse en el quehacer diario de un municipio se puede observar el sinnúmero de barreras que se tienen que sortear para poder cumplir con los objetivos, barreras tanto de orden legal como político, intereses que muchas veces se crean con el fin de hacer daño especialmente por los opositores a quienes están ejerciendo la administración y que son a quienes les pueblo les confió a través de las urnas la responsabilidad de sacar adelante a todo un cantón.

La presente tesis concluye ratificando las hipótesis planteadas al inicio de la misma en las que se indica que la aplicación de un plan de Comunicación y Relaciones Públicas para las instancias de la administración pública, como son los gobiernos locales, provee de bases para la concientización y entendimiento de su importancia en el desarrollo socio-económico de la comunidad, así como también la magnitud de la influencia que el mismo puede ejercer en las relaciones socio-políticas.

Y es que es claro que al aplicar un adecuado plan de comunicación se está contribuyendo a educar a la población para que al tiempo de mantenerse informados se involucren y participen más activamente en la toma de decisiones, que comprendan que son importantes para el desarrollo del cantón, que sean conscientes que el desarrollo social y económico solo es posible con la participación de todos.

Con esto además se demuestra que el ejercicio de las relaciones públicas fomenta la capacitación en el empoderamiento de los pobladores respecto a sus derechos y obligaciones.

Sin embargo las falencias comunicativas se han presentado debido a la falta de concientización por parte de quienes administran la institución respecto de lo importante que es contar con un verdadero departamento de comunicación, es por ello entonces que en la mayoría de municipios pequeños ni siquiera existe un comunicador social o algo parecido y dejan la tarea a otros profesionales que cumplen a medida de sus posibilidades.



En el municipio de Sígsig al inicio de la actual administración no existía un comunicador social o relacionista público, posteriormente y en base a una propuesta de reingeniería de la institución se hizo constar la Secretaría de Comunicación como nivel asesor dentro del Orgánico funcional, un gran avance sin duda pero que aún no se cumple a cabalidad con la designación del responsable; según se dice porque no hay presupuesto para crear la partida, entonces esta debe esperar hasta cuando haya la voluntad política o económica.

De allí que como recomendaciones finales proponemos se valore como debe a la comunicación social, al mismo nivel que los otros departamentos, ni más ni menos y con ello se nombre lo antes posible al Secretario de Comunicación Pública, se dote del equipamiento técnico y humano necesario y que de una vez por todas se destine un presupuesto fijo para el cumplimiento de actividades.

• BIBLIOGRAFIA

DANTE Illescas Washington. Como Planear las Relaciones Públicas. Ediciones Macchi (4ta edición) Buenos Aires-Argentina año 2000.

IZURIETA Roberto. PERINA Rubén. ARTERTON Christopher. Estrategia de comunicación para Gobiernos, Unidad para la promoción de la democracia. Editorial Ecuador F.B.T. Cía. Ltda (1ra edición) 2001

MURIEL María Luisa. ROTA Gilda. Comunicación Institucional. Colección Intiñan. Ciespal (1ra edición) 1980

MARTINI Natalia. Definiendo las relaciones públicas, fuente electrónica, Portal de Relaciones Públicas, <http://www.rrppnet.com.ar/defrrpp.htm> Marzo 2012

ZYLBERDYK Yanina. Desarrollo de la comunicación interna, fuente electrónica. Portal de Relaciones Públicas <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacioninterna3.htm> Marzo 2012



^{iv} Experto en Publicidad

^v Definición del publico objetivo publicada en la red

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque7/pag2.htm>

^{vi} Washinton Dante Illescas plantea esta como las principales características de los públicos en su obra Como Planear las Relaciones Públicas, pag. 63 – 64.

^{vii} Asesor de campañas políticas y catedrático Universitario, ex director de Informe Confidencial, participa con la ponencia Estrategias de Comunicación Política en el libro “Estrategias de Comunicación Para Gobiernos”

^{viii} Portal web dedicado a expresar mediante definiciones el significado de las palabras

^{ix} Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, versión resumida pag. 18

^x La Constitución establece en su Art. 100 que todos los niveles de Gobierno deberán fortalecer la democracia con mecanismos permanentes de transparencia, rendición de cuentas y control social.

^{xi} BPM Latam, es un Blog peruano que analiza a diferentes áreas de la empresa con la finalidad de ofrecer las recomendaciones y herramientas necesarias para encaminar la organización en el logro de sus objetivos

^{xii} Washinton Dante Ilglesias propone esta teoría en su libro “Como planear las Relaciones Publicas” pag.36

^{xiii} Dennis L. Wilcox, Philip H. Ault, Warren K. Agee y Glen T. Cameron (2001) Relaciones públicas. Estrategias y tácticas Madrid Pearson Educación Madrid, S.A.

^{xiv} Es importante indicar que al no ser profesionales del diseño hemos debido recurrir a diseñadores tanto de la Institución como de imprentas como Graficas Gutemberg y Ortegráfica para que plasmen las ideas planteadas.

^{xv} Master en ciencias de la comunicación y en campañas electorales

^{xvi} Blogero conocedor de los temas de comunicación digital, marketing online y web 2.0 de España

^{xvii} Eladio Bombín, impulsador en la red para el encuentro de profesionales y empresas que hacen comunicación y marketing www.slideshare.net

^{xviii} Presupuesto 2012 proporcionado por la Dirección de Gestión Financiera del Gobierno Municipal de Sígüig



Universidad de Cuenca
