



**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN  
EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL**

**“PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO EN EL  
PARADIGMA DEL BUEN VIVIR PARA EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN  
CEVALLOS CON EL FIN DE MEJORAR LOS NIVELES INFORMATIVOS DE  
LA GESTIÓN MUNICIPAL”**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de Magister en Dirección de Comunicación Empresarial  
e Institucional

Profesor Guía

**MARÍA BELÉN MONTEVERDE**

Autora:

**HIPATIA SILVANA GALARZA BARRIONUEVO**

**AÑO**

**2014**

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

María Belén Monteverde

Máster DirCom

1707654354

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

Hipatia Silvana Galarza Barrionuevo

1804025573

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente  
al **universo** que me puso  
en este espacio para cumplir  
con las metas propuestas;  
a la **Universidad de las  
Américas** que me abrió  
las puertas del conocimiento;  
a los **docentes** que  
me ilustraron para alcanzar  
éste logro; un profundo  
agradecimiento a  
**María Belén Monteverde** mi  
tutora de tesis quien apoyó  
de forma completa  
al desarrollo de éste trabajo  
de investigación. A mis  
**padres y hermanos** que  
fueron testigos de mis  
desvelos; a mi **prima  
adorada, Saovcorp, 4FF,**  
y **todas las personas** que  
confiaron en mí,  
y me brindaron su apoyo  
para hacer de ésta maestría  
algo real.

## DEDICATORIA

**A Luz María,**  
que me brindó sabiduría  
en sus años y a quien llevo  
en mi corazón cada día  
de mi vida; a mis padres  
**Jacqueline y Juan** quienes  
a pesar de todas las  
adversidades han sabido  
sobrellevar a cuestras las  
luchas de la vida,  
a mis hermanos **Rebeca,**  
**Lenin, Evelyn y Juan** que  
son mi motivo para sonreír, y  
confiaron en mi siempre.

## RESUMEN

La presente tesis se basa en una investigación realizada al GAD Municipal del Cantón Cevallos, en la que se identificaron factores de mejora relacionados a la parte interna y externa de la institución.

Se da inicio con el análisis de la institución y la comunicación interna mediante entrevistas y encuestas dirigida a los públicos, basándose en el manejo de información, los planes y las actividades que desarrollan; en el aspecto externo se da prioridad a la percepción del GAD, proyectos y acciones que desarrolla el mismo para con la ciudadanía.

Se identificaron aspectos fundamentales como la comunicación interna, la comunicación externa; que permitió diagnosticar problemas del GAD, dando apertura al planteamiento de un Plan Estratégico de Comunicación con la finalidad de mejorar los niveles informativos en la Gestión Municipal.

Se muestran los canales de comunicación internos y externos existentes utilizados para difundir información, así como los públicos que intervienen en la presente investigación, además se hace énfasis en cada una de las áreas que se han tomado en cuenta para determinar el Plan.

El Plan estratégico de Comunicación planteado se basa en fortalecer los canales de comunicación interna y externa, promover un trabajo conjunto organizado, desarrollar la pertenencia institucional, así como la implementación y uso de la imagen corporativa, para trazar lazos de unión entre los colaboradores, comprometer a los medios de comunicación para el manejo de la información del GAD y el acercamiento de los líderes de opinión al GAD y sus actividades.

## **ABSTRACT**

This thesis is based on research conducted to the GAD Cevallos Town Municipality in which factors related to improving internal and external parts of the institution were identified.

It begins with the analysis of the institution and the internal communication through the use of interviews and surveys aimed to the public based on information management, plans, and activities GAD develops. In the external aspect the perception of GAD is given priority; that is, the projects and actions it develops for the community.

Fundamental aspects, such as, internal and external communication were identified allowing GAD to assess a Strategic Communication Plan with the purpose of improving the information levels in Municipal Management.

Internal and external channels of communication used to disseminate information are shown along with the audience involved in this investigation. Moreover, emphasis is given on each of the areas that have been taken into account to determinate the plan.

The proposed Strategic Plan is based on strengthening internal and external communication channels, promoting organized team work to promote institutional ownership, as well as implementing the use of corporate image to draw bonds between collaborators and engage media communication for information management of GAD and the approach of opinion leaders to GAD and its activities.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>4</b>
<b>La Comunicación</b> .....	<b>4</b>
1.1 Definición de Comunicación .....	4
1.2 Proceso de Comunicación.....	5
1.3 Tipos de Comunicación.....	9
1.4 Públicos.....	11
1.5 Comunicación Institucional u Organizacional.....	13
1.5.1 Herramientas de la comunicación interna y externa.....	14
1.5.2 Identidad, Cultura e Imagen Corporativa .....	16
1.5.3 Planificación.....	18
1.5.4 Estrategia.....	18
1.5.5 Táctica y Acción.....	19
1.5.6 Plan Estratégico de Comunicación .....	20
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>26</b>
<b>GAD Municipal del Cantón Cevallos</b> .....	<b>26</b>
2.1 Síntesis Histórica del Cantón Cevallos .....	26
2.2 GAD Municipal del Cantón Cevallos.....	27
2.2.1 Filosofía Corporativa.....	28
2.2.1.1 Misión.....	29
2.2.1.2 Visión.....	29
2.2.2 Organigrama estructural del GAD M. del Cantón Cevallos .....	29
2.2.3 Identidad Visual .....	31
2.2.3.1 Bandera.....	31
2.2.3.2 Escudo .....	32
2.2.4 Comunicación interna .....	33
2.2.5 Comunicación externa .....	33
2.2.6 Proyectos del GAD Municipal del Cantón Cevallos .....	33



2.3 Ley del COOTAD .....	35
2.3.1 Artículo 53.- Naturaleza jurídica.....	38
2.3.2 Artículo 54.- Funciones de los GAD Municipales.....	38
2.3.3 Artículo 55.- Competencias exclusivas del GAD Municipal .....	39
2.3.4 Artículo 57.- Atribuciones del Concejo Municipal.....	41
2.4 Paradigma del Buen Vivir .....	41
2.5 Principios para el Buen Vivir .....	43
2.5.1 Hacia la unidad en la diversidad .....	44
2.5.2 Hacia un ser humano que desea vivir en sociedad .....	45
2.5.3 Hacia la igualdad, la integración y la cohesión social.....	45
2.5.4 Hacia el cumplimiento de derechos universales y la potenciación de las capacidades humanas .....	46
2.5.5 Hacia una relación armónica con la naturaleza .....	47
2.5.6 Hacia una convivencia solidaria, fraterna y cooperativa.....	47
2.5.7 Hacia un trabajo y un ocio liberadores.....	48
2.5.8 Hacia la reconstrucción de lo público .....	48
2.5.9 Hacia una democracia representativa, participativa y deliberativa	49
2.5.10 Hacia un Estado democrático, pluralista y laico .....	49
2.6 Objetivos Nacionales para el Buen Vivir .....	50
2.6.1 Objetivo 1: Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.....	50
2.6.2 Objetivo 2:Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. ....	50
2.6.3 Objetivo 3:Mejorar la calidad de vida de la población.....	51
2.6.4 Objetivo 4:Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.....	52
2.6.5 Objetivo 5:Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana. ....	52
2.6.6 Objetivo 6:Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas. ....	53
2.6.7 Objetivo 7:Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.....	53

2.6.8	Objetivo 8: Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. ....	54
2.6.9	Objetivo 9: Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia. ....	55
2.6.10	Objetivo 10: Garantizar el acceso a la participación pública y política. ....	55
2.6.11	Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible. ....	56
2.6.12	Objetivo 12: Construir un Estado democrático para el Buen Vivir. ...	56
<b>CAPÍTULO III</b>		<b>57</b>
<b>Metodología</b>		<b>57</b>
3.1	Objetivos	57
3.1.1	Objetivo General	57
3.1.2	Objetivos Específicos	57
3.2	Metodología	57
3.2.1	Tipos de estudio	57
3.2.2	Métodos	58
3.2.3	Técnicas	58
3.2.4	Detalle de las técnicas	59
3.2.4.1	Encuesta	59
3.2.4.2	Gráficos e interpretación de resultados por pregunta.	61
3.2.4.3	Entrevistas	71
<b>CAPÍTULO IV</b>		<b>76</b>
<b>PROPUESTA</b>		<b>76</b>
4.1	Introducción	76
4.2	Análisis DAFO	77
4.3	Objetivos	78
4.3.1	Objetivo General	78
4.3.2	Objetivos específicos	78
4.4	Públicos	79
4.5	Matriz estratégica	79

4.6 Matriz táctica.....	84
4.7 Cronograma de acciones.....	96
4.8 Presupuesto.....	97
4.9 Evaluación.....	98
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>102</b>
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>102</b>
5.1 Conclusiones.....	102
5.2 Recomendaciones.....	103
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>107</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico1: Proceso Básico de Comunicación .....	6
Gráfico2: Esquema de Schannon y Weaver.....	7
Gráfico3: Esquema según Paoli .....	7
Gráfico4: Esquema según Costa.....	9
Gráfico5: La clasificación de los stakeholders y los públicos .....	12
Gráfico6: Plan Estratégico de comunicación .....	21
Gráfico7: Metodología para elaborar el PEC.....	23
Gráfico8: Ámbitos de la comunicación organizacional .....	24
Gráfico13: Población económicamente activa Cantón Cevallos .....	59
Gráfico15: Pregunta 2. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cómo calificaría la Comunicación del GAD hacia el público externo?.....	62
Gráfico16: Pregunta 3. ¿De qué actividades que realiza el GAD está usted enterado?.....	63
Gráfico17: Pregunta 4. Seleccione los medios de Comunicación que utiliza el GAD Municipal para comunicarse habitualmente con usted .....	64
Gráfico18: Pregunta 5. ¿A través de qué medio considera usted que debería informarse sobre las actividades del GAD?.....	65
Gráfico20: Pregunta 6. ¿Tiene conocimiento sobre la misión, visión, valores del GAD? .....	66
Gráfico21: Pregunta 7. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Considera usted que los líderes del GAD mantienen su compromiso para cumplir los proyectos? .....	67
Gráfico22: Pregunta 8. ¿Conoce usted sobre el PNBV?.....	68
Gráfico23: Pregunta 9. ¿Piensa que las actividades del GAD están inspiradas en el Plan Nacional del Buen Vivir? .....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Técnicas .....	59
Tabla2: Pregunta 1. ¿Cuál es su percepción sobre la imagen del GAD Municipal del Cantón Cevallos? .....	61
Tabla3: Pregunta 2. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cómo calificaría la Comunicación del GAD hacia el público externo? .....	62
Tabla4: Pregunta 3. ¿De qué actividades que realiza el GAD está usted enterado?.....	63
Tabla5: Pregunta 4. Seleccione los medios de Comunicación que utiliza el GAD Municipal para comunicarse habitualmente con usted .....	64
Tabla6: Pregunta 5. ¿A través de qué medio considera usted que debería informarse sobre las actividades del GAD?.....	65
Tabla7: Pregunta 6. ¿Tiene conocimiento sobre la misión, visión, valores del GAD? .....	66
Tabla8: Pregunta 7. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Considera usted que los líderes del GAD mantienen su compromiso para cumplir los proyectos? .....	67
Tabla9: Pregunta 8. ¿Conoce usted sobre el Plan Nacional del Buen Vivir?....	68
Tabla10: Pregunta 9. ¿Piensa que las actividades del GAD están inspiradas en el Plan Nacional del Buen Vivir?.....	69
Tabla 11: Entrevista 1 .....	71
Tabla 12: Entrevista 2.....	72
Tabla 13: Entrevista 3.....	73
Tabla 14: Análisis DAFO .....	77
Tabla 16: Matriz estratégica1 .....	79
Tabla 17: Matriz estratégica2 .....	80
Tabla 18: Matriz estratégica3 .....	82
Tabla 19: Matriz estratégica4 .....	83
Tabla 20: Matriz estratégica5 .....	83
Tabla 21: Matriz Táctica1 .....	84

Tabla 22: Matriz Táctica2 .....	88
Tabla 23: Matriz Táctica3 .....	91
Tabla 24: Matriz Táctica4 .....	94
Tabla 25: Matriz Táctica5 .....	95
Tabla 26: Presupuesto.....	97
Tabla 27: Evaluación1 .....	98
Tabla 28: Evaluación2 .....	99
Tabla 29: Evaluación3 .....	100
Tabla 30: Evaluación4 .....	101

## INTRODUCCIÓN

Las TIC's evolucionan de la mano con la Comunicación, la sociedad, las instituciones y empresas, ya que abren puertas y posibilidades de manejar información de forma instantánea y óptima.

En el mundo globalizado actual, se han agregado a los procesos de comunicación el manejo de herramientas y sistemas estratégicos que confluyan a la consecución de los objetivos de planes y procesos competitivos.

Estos procesos de mejora en las instituciones, en los modelos de comunicación interna y externa, implican y abarcan varios pasos y procesos que permitirán mejorar los niveles de pertenencia, manejo de información, imagen corporativa, manejo de medios y relaciones con los líderes de la institución durante un proceso dinámico y continuo.

Este manejo y evolución de la comunicación y las tecnologías permiten una evolución instantánea en el manejo de información global, estando actualizados con la información y el manejo de las instituciones.

La comunicación interna y externa de la institución permite plantear un Plan Estratégico Completo en el que se abarque de forma completa el manejo coherente de una institución y sus proyectos para llegar a sus públicos; permite potenciar características de los colaboradores, manejo de información, sentido de pertenencia, estrategias, responsabilidades, entre otras; mientras que de forma externa permite fortalecer lazos con los medios, los públicos, satisfacer y mejorar sus necesidades, cuyo objetivo primordial es mejorar los niveles informativos en la gestión del GAD de forma interna y externa.

El GAD Municipal del Cantón Cevallos, que es la institución meritoria de estudio, es una fuente fundamental en los procesos productivos del Cantón y la

Provincia, es uno de los líderes en la producción y venta de productos autóctonos de la región, alcanzando niveles reconocidos en la sociedad.

En el proceso de crecimiento y desarrollo del Cantón el GAD han jugado un rol importante; sin embargo, de forma interna existen falencias que no permiten su completa evolución y crecimiento, se ha visto entonces la necesidad de determinar aspectos positivos y negativos para su mejora, por lo cual expresamente es necesario implementar un Plan Estratégico de Comunicación interno y externo que permita obtener resultados alineados a los proyectos productivos del Cantón, al Plan Nacional del Buen Vivir, y la proyección de resultados comunicacionales de calidad.

De tal manera que el presente trabajo abarca mediante una investigación detallada varios aspectos que han concedido estructurar de forma estratégica y completa un proceso de comunicación interna y externa; ante lo cual se ha planteado el Capítulo I en donde se muestran conceptos de Comunicación, procesos, tipos, públicos, herramientas, planificación, tácticas y acciones que permitirán determinar un Plan Estratégico de Comunicación completo.

En el Capítulo II se presenta información relevante del Cantón, del GAD Municipal del Cantón Cevallos, la filosofía Corporativa, organigrama, identidad visual, comunicación interna y externa, proyectos, la Ley del COOTAD bajo la cual se rigen los Municipios, el paradigma del Buen Vivir y sus objetivos, que permitirán un análisis detallado de la institución de forma interna.

Determinado el ámbito interno del GAD se procede al análisis de parte interna y externa de la comunicación del GAD mediante la Metodología de Investigación, que corresponde al estudio global que confluyan en los resultados de las falencias que tiene el GAD; en base a objetivos, técnicas, análisis de resultados y conclusiones de investigación.



Posteriormente, en base a los resultados obtenidos en las investigaciones se plantea en Plan Estratégico de Comunicación interno y externo, que propone estrategias, acciones, presupuestos y cronogramas, como alternativas de solución a las afecciones localizadas en el GAD.

Para finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones generales de la investigación realizada, así como anexos de las mismas como encuestas, entrevistas, cuadros, Plan Nacional del Buen Vivir, entre otras.

# CAPÍTULO I

## LA COMUNICACIÓN

### 1.1 Definición de Comunicación

La comunicación desde tiempos remotos ha sido una herramienta poderosa mediante la cual los seres humanos interactúan; ésta ha ido evolucionando desde su nacimiento mediante los primeros pictogramas hasta llegar a como hoy la conocemos.

En la actualidad ésta se ha convertido en uno de los pilares con mayor trascendencia en el ámbito social y cultural; pues hace posible el intercambio de ideas, en el proceso de entendimiento e interacción entre los seres humanos; sin embargo, es menester que los participantes en el proceso de comunicación tengan un nivel de entendimiento mínimo para que al intercambiar conocimientos, éstos sean acogidos de una manera propicia.

Muchos han sido los autores que han escrito o se han dedicado al estudio de la comunicación y su relevancia en el medio social; entre ellos se destaca Guillermo Bosovsky quien en el documento Investigación Estratégica y Auditoría de Imagen Global, expone que “la comunicación es interacción en un acto de creación conjunta. (...) es interpretar la realidad a partir de la interacción entre los interlocutores. Es ser socios en la producción de significados. Es construir socialmente una realidad de símbolos, valores y aspiraciones...” (Bosovsky, s/f, pp. 4)

Entonces comunicar implica una retroalimentación de información, es compartir, aprender y enseñar algo, es crear una verdad en base al espacio de diálogo sobre la información que los seres humanos poseen o comparten, pero, en este diálogo no se dan simples conversaciones sino más bien investigaciones completas que aportan al ser humano.

Costa propone que la comunicación como acción, es un proceso, que se desarrolla en el espacio-tiempo y éste es el mecanismo de interacción; que se basa en la retroacción o *feed back*. Es decir que dentro de éste movimiento de información intervienen diferentes aspectos o modalidades que no solamente se limita a la entrega de mensajes sino al intercambio en sí de actos y significados según el caso.

Joan Costa explica que no todo comunica sino más bien todo significa, ya que “comunicar –que es poner en común, compartir- es cuestión de dos polos humanos. Uno que concibe, codifica y emite un mensaje para que otro haga el mismo recorrido, pero a la inversa: lo recibe, lo decodifica y lo interpreta.” (Costa, 2007, pp. 53)

Se puede decir entonces que en un mundo donde necesariamente debe existir una comunicación efectiva se debe tomar en cuenta el ámbito social y cultural, con sus significados y significantes; ya que como lo exponen Adriana Amado Suárez y Carlos Castro Zuñeda en su libro *Comunicaciones Públicas* “la comunicación, más que transmitir un mensaje, debe superar primero” la brecha que existe entre ambos participantes, y luego establecer un punto de contacto común para el emisor y el destinatario.” (1999, pp. 22)

## **1.2 Proceso de Comunicación**

Como se ha hecho referencia, la comunicación es una cualidad del ser humano ya que este siempre la ha tenido dentro de sus destrezas. La comunicación se

da en base a un proceso; el cual será comprendido después de analizar de dónde nace.

Desde la perspectiva asociacionista la comunicación está ligada al lenguaje y éste a un proceso denominado “circuito de la palabra” que no es otra cosa que los interlocutores con facultades lingüísticas quienes intercambian mensajes orales haciendo que interactúe no solamente la parte fisiológica, sino también entendiendo a la comunicación como un acto inteligente y no solo mecánico, ya que comparten significados como rasgos fundamentales de éste proceso; según hace referencia Íbico Rojas en Ferdinand de Saussure, 1967 (2000, pp. 123).

Desde la perspectiva del Conductismo se sostiene que los fenómenos lingüísticos tienen relación directa con el signo; ya que todas las palabras significan a los objetos que nos rodean y son compartidos entre el emisor y el receptor, intentando explicar situaciones y hechos del comportamiento humano y animal; según hace referencia Rojas sobre Karl Bühler (2000, pp. 132).

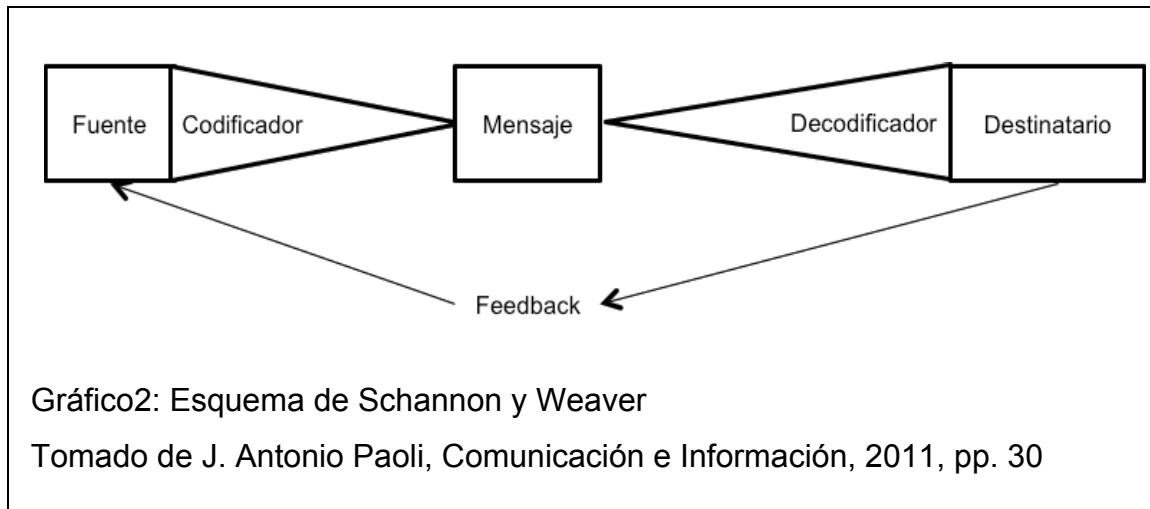
Lo que hoy se entiende como el proceso básico de comunicación nace con un emisor, un mensaje y un receptor, según lo expuesto por Wilbur Schramm, en 1971 y tomado por J. Antonio Paoli en su libro Comunicación e Información, en donde comunicación se expresa como el hecho de compartir orientación conforme a un conjunto de información de signos:



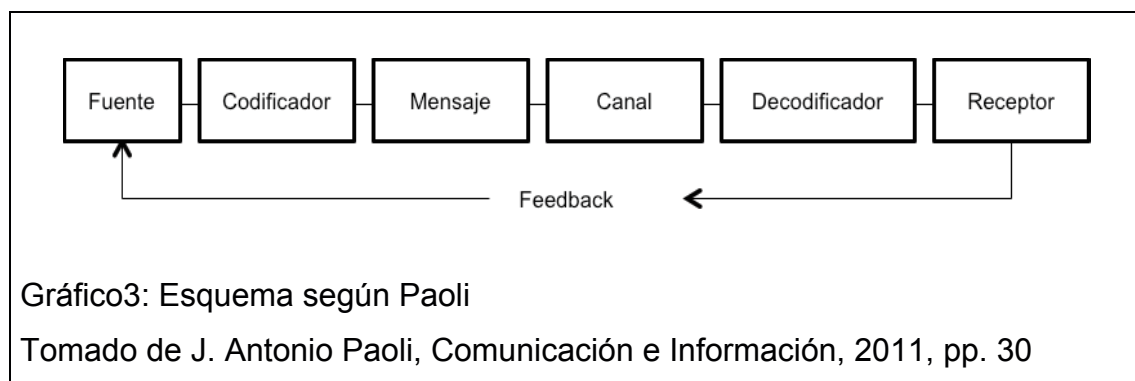
Gráfico1: Proceso Básico de Comunicación

Tomado de J. Antonio Paoli, Comunicación e Información, 2011, pp. 28

Después Schannon y Weaver, 1971 agregan elementos al esquema en el que a más de construir un mensaje existe una respuesta a la fuente como relación al mensaje enviado que es el feedback propuesto a continuación:



Pero este esquema de mensaje es pasivo, no está constituido en tiempo real como un intercambio de información constante en un mismo espacio. No es un proceso de relación interpersonal como lo expresa Paoli (2011, pp. 31). Además el feedback agregado a éste esquema es fuente de retroalimentación y se deben agregar más ítems al esquema inicial de forma que el proceso sea más completo, así:



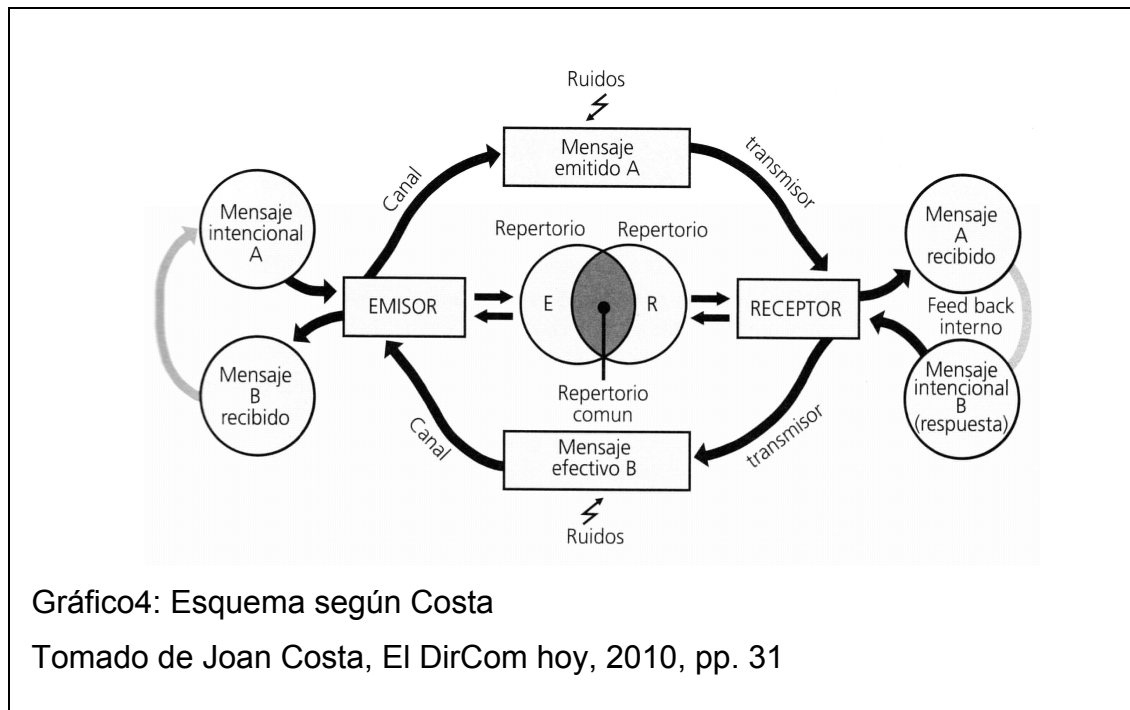
Como detallan los esquemas anteriores la comunicación ha evolucionado de tal manera que ha sistematizado y ha canalizado de mejor manera la entrega del mensaje y su respuesta como reacción al proceso inicial.

Mientras que en la tercera figura se muestra como la emisión del mensaje necesita de una fuente y un codificador como bases del proceso de entrega de un mensaje mediante un canal para que el receptor decodifique el mensaje de forma tal que se obtenga una retroalimentación de la información entregada.

Como se puede apreciar, este proceso ha ido evolucionando de acuerdo a cada autor y su tiempo. Así pues, Costa (2010, pp. 30) menciona que la ciencia de la comunicación nace de tres doctrinas fundamentales; una es la *Teoría General de Sistemas* que se basa en la inteligibilidad de la representación de fenómenos humanos o sociales por medio de esquemas que expresan interacciones entre los órganos de dichos grafos.

La segunda es la noción de *Información* que es el análisis de la intensidad o cambios en los elementos de los grafos y la complejidad de los sistemas, organizaciones, relaciones y mensajes. Por último la teoría de *Retroacción* o feedback que es el análisis de coeficientes no constantes en base a la matemática y que ha sido expresada anteriormente por Costa (2010, pp. 31).

La mención de dichos elementos fundamentales sirve para dar paso al esquema de comunicación propuesto por Costa (2010, pp. 31); el cual se desarrolla en torno al esquema básico de Shanon, donde se muestra el circuito en el cual el Emisor crea y emite un mensaje intencional, que llega al Receptor, quien expresa como respuesta otro mensaje.



Además de ello en el cuadro anterior se observan los repertorios que cada uno de los involucrados emite, y el mensaje efectivo que es la información que circula entre ellos, después de atravesar los ruidos o interferencias que lo alteran, y como menciona Costa "el proceso de la comunicación no es lineal, sino que debe ser representado como un continuo en el tiempo." (Costa, 2010, pp.31.).

Por ello la representación en forma de círculo indica el proceso de la comunicación mientras que la lineal la parte esencial o medular del sistema propuesto; dentro de estos procesos de comunicación también están los tipos de comunicación que infieren en el desarrollo de una planificación.

### 1.3 Tipos de Comunicación

La comunicación definida en su forma más abstracta y comprensible es el proceso por el cual se transmiten mensajes (con información relevante e ideas

propias) de acuerdo al medio social y cultural en el cual se desarrolla el individuo para transmitir las.

Como un medio más complejo se puede decir que en ese proceso de comunicación interviene un emisor que se encarga de transmitir un mensaje clave para persuadir o influir en el comportamiento del receptor. Éste proceso de comunicación permite entonces el intercambio y retroalimentación de información por medio de canales y entornos a ser enviados.

Se pueden señalar tres tipos de comunicación, según Costa (2010, pp. 34 - 37):

- La comunicación interindividual (de persona a persona), es una comunicación directa (bidireccional), es decir personal que entrega mensajes próximos con una interacción (*feed back*) o diálogo entre los integrantes.
- La comunicación de difusión, es una comunicación unidireccional, que se basa en la entrega de mensajes lejanos a través de los medios de difusión masivos (telecomunicación unidireccional), tanto medios impresos como digitales.
- La comunicación Corporativa u Organizacional, es una comunicación interpersonal a distancia (bidireccional), que entrega mensajes distantes con un *feed back* entre los integrantes, ésta alcanza la comunicación interna (dentro de la organización) y la externa (fuera de ella).

Dentro la comunicación existen varios factores fundamentales que intervienen en el proceso, los tipos de comunicación que propone Costa depende de la forma como la comunicación trabaja, este autor propone sin embargo que para que la comunicación trascienda y se entregue un mensaje de manera adecuada es necesario conocer a los público que en ese proceso intervienen.



## 1.4 Públicos

La empresa y sus políticas de comunicación se direccionan alrededor de muchas personas que están involucradas con la misma, por tanto, los especialistas en Relaciones Públicas o el DirCom son quienes manejan las comunicaciones en las organizaciones y su entorno; en tal virtud, la entrega de mensajes hacia los diferentes públicos dependerá mucho de dichas políticas empresariales, por ello es necesario desarrollar vínculos estratégicos que proporcionen un acercamiento entre la empresa y sus públicos.

Para Marcelo Manucci, “desarrollar vínculos estratégicos, significa generar relaciones sólidas, fluidas y basadas en objetivos específicos que puedan perdurar en el tiempo y que le permita a la organización generar un espacio de intercambio con sus diferentes públicos”, lo cual debe ser gestionado de una forma adecuada en cada empresa y tomando los públicos a los cuales irán dirigidos. (Manucci, 2004, pp. 66)

Los públicos se agrupan de acuerdo a características homogéneas; las Relaciones Públicas permiten identificar dichos públicos y hacer más fácil la entrega de información, haciéndola más efectiva y de mayor impacto. A continuación se presenta un detalle de los públicos que posee una organización:

- Públicos Internos: todos aquellos públicos que forman parte de la institución, son personas con un bien común e interactúan entre sí.
- Públicos Externos: todos aquellos públicos que no forman parte de la institución pero tienen relación indirecta con ella.

Para diferentes autores existen varias tipologías de públicos dependiendo de la empresa, a continuación se presenta una tipología elaborada por María Isabel Míguez González en su libro *Los públicos en las relaciones públicas* (2010, pp. 69).

	<b>Internos</b>	<b>Externos</b>	<b>Mixtos, intermedios, ambivalentes</b>
<b>Aguadero (1993)</b>	Empleados, mandos intermedios, directivos. Accionistas	Clientes. Entidades financieras. Competencia. Admin. públicas, organismos representativos. Medios de información. Vecinos y comunidad en general. Instituciones científicas y culturales de enseñanza	Proveedores, distribuidores, concesionarios, colaboradores
<b>Antona (1991)</b>	Empleados. Accionistas	Clientes. Proveedores, distribuidores, Inversores, entidades financieras. Admins., gobierno. Prensa. Público gral.	Sin especificar
<b>Barquero (2001)</b>	Equipos directivos, jefes de departamentos, mandos intermedios, administradores, empleados de oficinas y fábrica, equipos comerciales, representantes, transportistas, mantenimiento, limpieza, seguridad y otros.	Clientes esporádicos y hijos. Accionistas, posibles accionistas. Proveedores, suministradores. <i>Brokers</i> , analistas financieros, banca, empresas y consultoras financieras. Administraciones, poderes públicos. Medios de comunicación en general y especializados. Asociaciones del ramo, aseguradoras, universidades...	Sin especificar
<b>Cutlip, Center y Broom (2001)</b>	Empleados y familias. Voluntarios	Consumidores. Inversores. Vecinos. Expertos en temas de medio ambiente...	Sin especificar
<b>Marston (1981)</b>	Empleados y familias. Accionistas. Proveedores. Comerciantes y distribuidores. Clientes o consumidores. Vecinos de planta,...	Mundo financiero. Autoridades gubernamentales. Prensa. Clero, clubes, asociaciones comerciales, agricultores...	Comunidad (aunque no lo denomina mixto)
<b>Mazo (1994)</b>	Sin especificar	Sin especificar	Accionistas. Informadores, columnistas Admin. públicas Sindicatos, vecinos, grupos ecologistas
<b>Ugeaux (1976)</b>	Dirección de la empresa, altos cargos, mandos intermedios, empleados. Sindicatos. Grupos espontáneos	Clientes. Proveedores. Corporación, sector o asociación. Poderes públicos Medios de comunicación	Accionistas. Banqueros
<b>Urzáiz (1997)</b>	Personal (dirección, cuadros directivos, mandos intermedios, empleados, obreros). Sindicatos	Clientes potenciales y reales. Proveedores. Competidores. Poderes públicos. Medios de comunicación. Comunidades locales. Enseñanza	Accionistas, socios capitalistas. Distribuidores e intermediarios

Gráfico5: La clasificación de los *stakeholders* y los públicos

Tomado de María Isabel Míguez González, *Los públicos en las relaciones públicas*, 2010, pp. 69)

En la figura 5 se muestra la clasificación e importancia de los *stakeholders* y los públicos desarrollada por Míguez en base a varios autores. Estos públicos

dependerán del ámbito a desarrollar y cómo se los ha tomado en cuenta de acuerdo al medio y el tipo de público.

## 1.5 Comunicación Institucional u Organizacional

La comunicación institucional consiste en afirmar la identidad e imagen de una organización o institución; poner en evidencia las actividades, –siguiendo las políticas de la institución. Por ende debe tomar acciones tanto en la comunicación interna como en la externa, según lo explica Carlos Julio Báez en su libro *La Comunicación Efectiva* (2000, pp. 108)

En tal virtud se define a la comunicación interna como aquella que se desarrolla dentro de la institución con los miembros que la componen, compartiendo responsabilidades. Mientras que comunicación externa es la que nace en la organización pero tiene como destinatarios a los públicos ajenos a la misma. Los contenidos, objetivos, las formas los medios para entregar el mensaje en los dos tipos de comunicación varían por la naturaleza la característica y sus destinatarios.

Autores como Miguel Ángel Sanz González y María Ángeles González Lobo en su libro *Identidad corporativa: Claves de la comunicación empresarial* (2005, pp. 152) mencionan que la comunicación organizacional consta de dos parámetros definidos de la siguiente manera:

- Comunicación Interna: La comunicación interna puede caminar en sentido vertical (descendente y ascendente) y horizontal. En la vertical descendente están el conjunto de mensajes que van a ser comunicados (de arriba hacia abajo) a los empleados; aquí se transmiten cuestiones que la organización desea que el colaborador conozca o sean del interés del mismo, destacándose el uso de redes **informales** para transmitir los mensajes, mientras que en la comunicación vertical

ascendente (de abajo hacia arriba) el mensaje fluye a través de redes **formales**.

Para José Carlos Losada Díaz, la “comunicación formal e informal, representan dos ámbitos de labor genéricos sobre los cuales trabajar en base a la “naturaleza” **de la comunicación** interna.” (s/f, pp. 59)

- **Comunicación Externa:** La Comunicación Externa depende de la finalidad perseguida y los medios que se utilicen; la comunicación externa está dirigida para los públicos que no forman parte de la empresa o institución y se desea entregar información perteneciente a la institución.

### **1.5.1 Herramientas de la comunicación interna y externa**

Para poder desarrollar y gestionar la comunicación interna y externa se deben utilizar herramientas propicias que apoyen a los fines perseguidos; en tal virtud, se expone a continuación las herramientas mencionadas.

- **Herramientas de la comunicación interna:** Según un artículo de la revista: “*La planificación de la comunicación empresarial*” (2008, pp. 54), dice que las herramientas de comunicación pueden ser:
  - Notas internas operativas, refiriéndose a notas hechas a los colaboradores.
  - Reuniones con los miembros del equipo, con el fin de socializar y operar de mejor manera en las áreas específicas.
  - Tablones de anuncios, en los cuales se publicarán comunicados importantes de la empresa.
  - Seminarios, dirigidos a los colaboradores de la empresa o institución.
  - Cursos, dirigidos a los colaboradores de la empresa o institución.
  - Memos, para informar sobre asuntos de la empresa.

- Grupos de trabajo interdepartamentales, para desarrollar actividades en equipo.
  - Reuniones con otras divisiones, con el fin de socializar.
  - Presentaciones económicas/nuevos servicios, para poner al tanto de cómo marchan las actividades empresariales o institucionales.
  - Actos o eventos internos, con el fin de socializar.
  - Manual de acogida, por el cual se da la bienvenida a los nuevos colaboradores.
  - Memoria, a relación con recordatorios.
  - Grupos de mejora, que aporten a un mejor desarrollo empresarial e institucional.
  - Revista interna, con el fin de informar eventos importantes a nivel empresarial e institucional.
  - Video o CD corporativo, contenido todo lo relacionado a la empresa o institución.
  - Encuestas del clima laboral, para garantizar las relaciones entre colaboradores.
  - Buzón de sugerencias, para recolectar sugerencias de mejora dentro de la empresa o institución.
  - Intranet, es la comunicación interna utilizando las TIC's con el fin de compartir información y fortalecer la unión y valores empresariales.
  - Círculos de calidad, son grupos que buscan detectan y analizan soluciones para posibles problemas empresariales e institucionales.
  - Teléfono de información y otros, teléfono de asistencia de información requerida para los colaboradores.
- **Herramientas de comunicación externa:** Para González las herramientas más destacadas en la comunicación externa son:

- Publicidad comercial: comunicación que lanza el producto con un anuncio que tiene dos unidades: el informativo y el persuasivo para incitar a la compra.
- Promoción: se trata de la elaboración de un mensaje publicitario para lanzarlo en los medios de comunicación masiva. Es un tipo de anuncio con promoción.
- Mecenazgo: son aportes económicos para actividades en beneficio de la sociedad.
- Relaciones Públicas: son las actividades que tiene la empresa para mantener la imagen y poder manejar sus aspectos negativos.
- Propaganda: es la difusión de ideas con la intención de convencer al público para que adopte acciones o actitudes determinadas que representan, lo hacen conjugando la razón o sentimientos. González (2005, pp. 152)

Cabe resaltar que las herramientas pueden variar de acuerdo a cada autor, sin embargo los fines a perseguir dependerán entonces de la meta y del mensaje para su aplicación.

### **1.5.2 Identidad, Cultura e Imagen Corporativa**

Para consolidar lo que el público percibe de la empresa o institución, existen tres vínculos con el entorno, estos 3 aspectos según Olivia Morales Zenteno (2012, pp. 21) se definen de la siguiente manera:

- **Identidad:** “Quiénes somos, qué queremos y el proceso de planeación que ahora, más que nunca, es un reto: las visiones corporativas tienden a ser buenos deseos y el entorno se vuelve crecientemente impredecible.” Morales Zenteno (2012, pp. 21)

La identidad es entonces lo que la institución o empresa es y lo que desea alcanzar en un tiempo y espacio, de tal forma que permite la evolución de la misma.

- **Cultura:** “Cómo vivimos y ejecutamos nuestra misión. Nuestra vocación como empresa, cómo nos comunicamos en el interior y en consecuencia el uso del tiempo, la eficacia y la eficiencia. Las jerarquías que impiden o favorecen la sinergia, la motivación y las políticas de comunicación. Y lo que proyectamos al exterior como producto natural de nuestro hacer. El mismo proceso de planeación es un producto cultural.” Morales Zenteno (2012, pp. 21)

La cultura se basa netamente en la práctica de la misión, de manera interna en la institución o empresa, la práctica de la misma y cómo se proyecta al exterior.

- **Imagen:** La administración profesional de la imagen, el correcto argumento de venta, la investigación inteligente y profunda, el descubrimiento de los atributos que generan valor, el posicionamiento de nuestra marca.” Morales Zenteno (2012, pp. 21)

La imagen es lo que el público percibe de la empresa, y los atributos que generan un valor agregado o plus por el cual ellos la prefieren. Al identificar estos tres factores enlazados de forma simultánea, se mantiene una armonía para que la empresa subsista, y se identifiquen de tal manera que, como menciona Zenteno se defina el eje central de la comunicación (identidad, imagen y ambiente externo).

El ambiente externo, trata de alinear aspectos sociales, políticos, legales y económicos; mientras que el ambiente interno; la fuerza de trabajo, la cultura, la estrategia, la tecnología de producción; así como también la consistencia a nivel empleado, entre empleados, y en el tiempo. Para consolidar el trabajo armónico entre los involucrados de forma interna y externa.

### 1.5.3 Planificación

Si se toma en cuenta el concepto de planificación según el *Diccionario de la Lengua Española* (2002, pp. 1207) dice:

“f. Acción y efecto de Planificar. //2. Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objeto determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc.”

Entonces la planificación es la organización de un plan con ciertos pasos a desarrollar para cumplir con parámetros sociales, culturales, ambientales, económicos, etc. Además que planificación es un conjunto de acciones para obtener un resultado claramente definido, una vez vista la situación y los factores que intervengan en ello.

### 1.5.4 Estrategia

Según el *Diccionario de la Lengua Española* (2002, pp. 679) estrategia es: “1. f. Arte de dirigir las operaciones militares.” Se interpreta entonces qué estrategia es una forma de conseguir un objetivo utilizando medios propicios por medio de tácticas y acciones para ganar o avanzar en terrenos estudiados.

La estrategia como lo define Marcelo Manucci “se refiere a la definición del marco de abordaje del proyecto, (...) Define las “jugadas propias” frente a las situaciones del contexto. (...) hablamos de un posicionamiento frente al contexto y sus condicionantes. (...) hablamos de “cómo vamos a abordar determina situación”; “lo que visualizamos como posibilidades (...)” (2011, pp.50)

Si se relaciona el concepto de planificación y estrategia se conseguirá una sólida interpretación afirmando que la planificación estratégica son pasos o



acciones coordinadas utilizando tácticas y acciones con el fin de alcanzar un objetivo claro.

El plan estratégico de comunicación como se detalla a continuación reúne ciertos conceptos que se alinean y consolidan para una mejor comprensión del tema.

### **1.5.5 Táctica y Acción**

Para Manucci **la táctica** “se refiere a los lineamientos operativos que se diseñan para sostener la definición estratégica. (...) hablamos de *“cómo vamos a sostener el rumbo trazado”*; (...). Estos lineamientos pueden contener grupos acciones reunidas bajo determinado objetivo táctico a cumplir, para aportar al marco estratégico definido.” (2011, pp. 50)

Entonces la táctica ayuda a delimitar de mejor manera los lineamientos que ayudarán en las acciones, aportando al marco estratégico, fortaleciendo aspectos fundamentales que ayuden a lograr los los objetivos específicos.

Según Manucci **la acción** “son intervenciones específicas que se van diseñando de acuerdo a la dinámica de las circunstancias y tácticas de la organización para sostener los objetivos estratégicos. (...) hablamos de “lo que vamos a hacer” pueden ser acciones mediáticas, personales, clásicas o a través de medios innovadores. Pero cada una de estas acciones deben estar organizadas bajo procesos tácticos.” (2011, pp. 51)

Entonces las acciones son en si lo que se va a hacer para cumplir las estrategias establecidas de una forma estructurada y funcional, cumpliendo con parámetros, tiempos, y pautas correctas para el empleo del plan estratégico de comunicación, todo esto medido en base a **indicadores**; como especifica Manucci “son los factores de evaluación que se utilizan para analizar el

desempeño, la ejecución o el desarrollo de determinadas intervenciones específicas.” (2011, pp. 51).

Entonces es un proceso completo bajo una misma dirección persiguiendo metas cumplibles, en tiempos y formas de evaluación estrictas y funcionales.

### **1.5.6 Plan Estratégico de Comunicación**

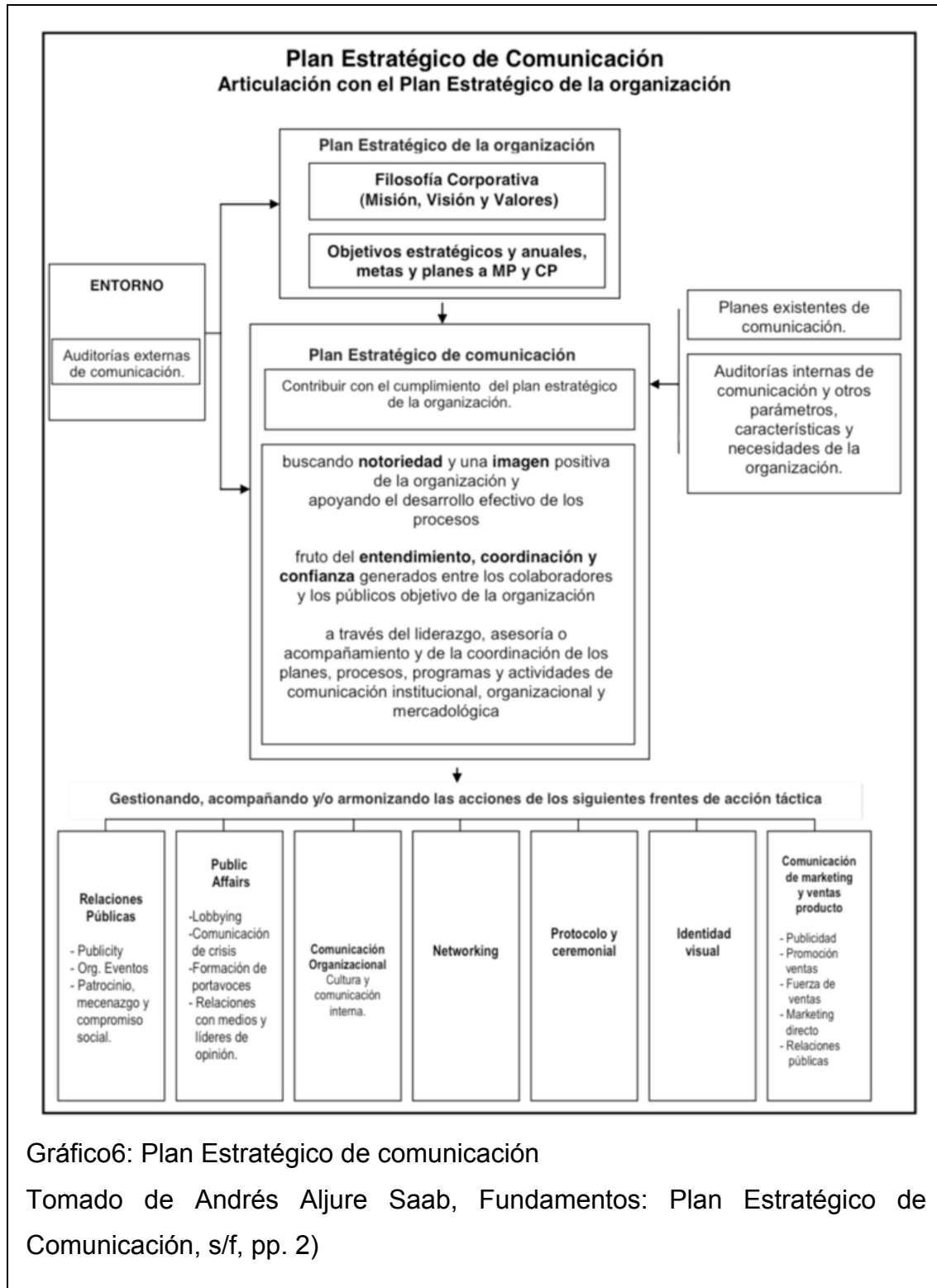
Con las definiciones anteriores se puede definir que el plan estratégico es alcanzar un objetivo siguiendo pasos, utilizando tácticas y acciones propicias.

Para Zenteno Olivia “construir un Plan Estratégico de Comunicación es encontrar un **eje rector de comunicación** y ejecutarlo en todos los soportes y para todas las audiencias.” (2011, pp. 33)

Andrés Aljure Saab (2011, pp. 2) afirma que “un plan estratégico posee un planteamiento táctico. A partir de este pueden derivarse a su vez muchos sub-planes o programas, como pueden ser un plan de comunicación interna, uno de diseño corporativo o uno de imagen corporativa, ( ... ) entre muchos otros.”

Existen varias formas y procedimientos para la elaboración de un plan estratégico de comunicación, sin embargo se toma como referencia los pasos propuestos por Andrés Aljure Saab los cuales se detallan a continuación de una forma concreta e identificando lo primordial y esencial de cada uno.

Aljure propone que para el desarrollo de un Plan Estratégico de Comunicación es necesario conocer la definición de Plan Estratégico, (que se ha mencionado anteriormente), el cual va de la mano directamente con la Comunicación en la Organización (Comunicación + Organización); y es así como nace entonces El Plan Estratégico de Comunicación en la Organización.



Con relación a la figura anterior Aljure articula dentro del Plan Estratégico de la organización a la Filosofía Corporativa (Misión, Visión y Valores) así como

también los objetivos estratégicos y anuales, metas y planes a mediano y corto plazo.

Además menciona que el Plan estratégico de Comunicación contribuye con el plan estratégico de la organización buscando notoriedad en la imagen apoyado en la confianza a través de la gestión, el liderazgo y el buen funcionamiento y articulación de la misma; en base a planes ya existentes de comunicación y auditorías internas y externas.

Aljure propone: “El planteamiento táctico dentro del PEC” (Plan Estratégico de Comunicación) de la siguiente manera:

“Un plan estratégico posee un planteamiento táctico. A partir de este pueden derivarse a su vez muchos sub-planes o programas, como pueden ser un plan de comunicación interna, uno de diseño corporativo o uno de imagen corporativa, así como programas específicos para un traslado de oficinas o la implantación de un sistema de calidad, entre muchos otros.” Aljure (s/f, pp. 1).

Además Aljure menciona las “etapas básicas del proceso de elaboración de un plan estratégico:

1. Análisis de la situación interna y externa.
2. Diagnóstico: análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) conocido también como análisis DAFO o SWOT en inglés (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats).
3. Identificación de los objetivos de la organización.
4. Identificación de las estrategias.
5. Definición de las tácticas.” Aljure (s/f, pp. 1)

Para una comprensión más amplia del tema se presenta el esquema que plantea Aljure sobre Metodología para elaborar un PEC:

### **Metodología propuesta para elaborar un PEC Esquema sinóptico**

#### **Identificación del problema o situación de la organización e identificación del problema o situación de comunicación.**

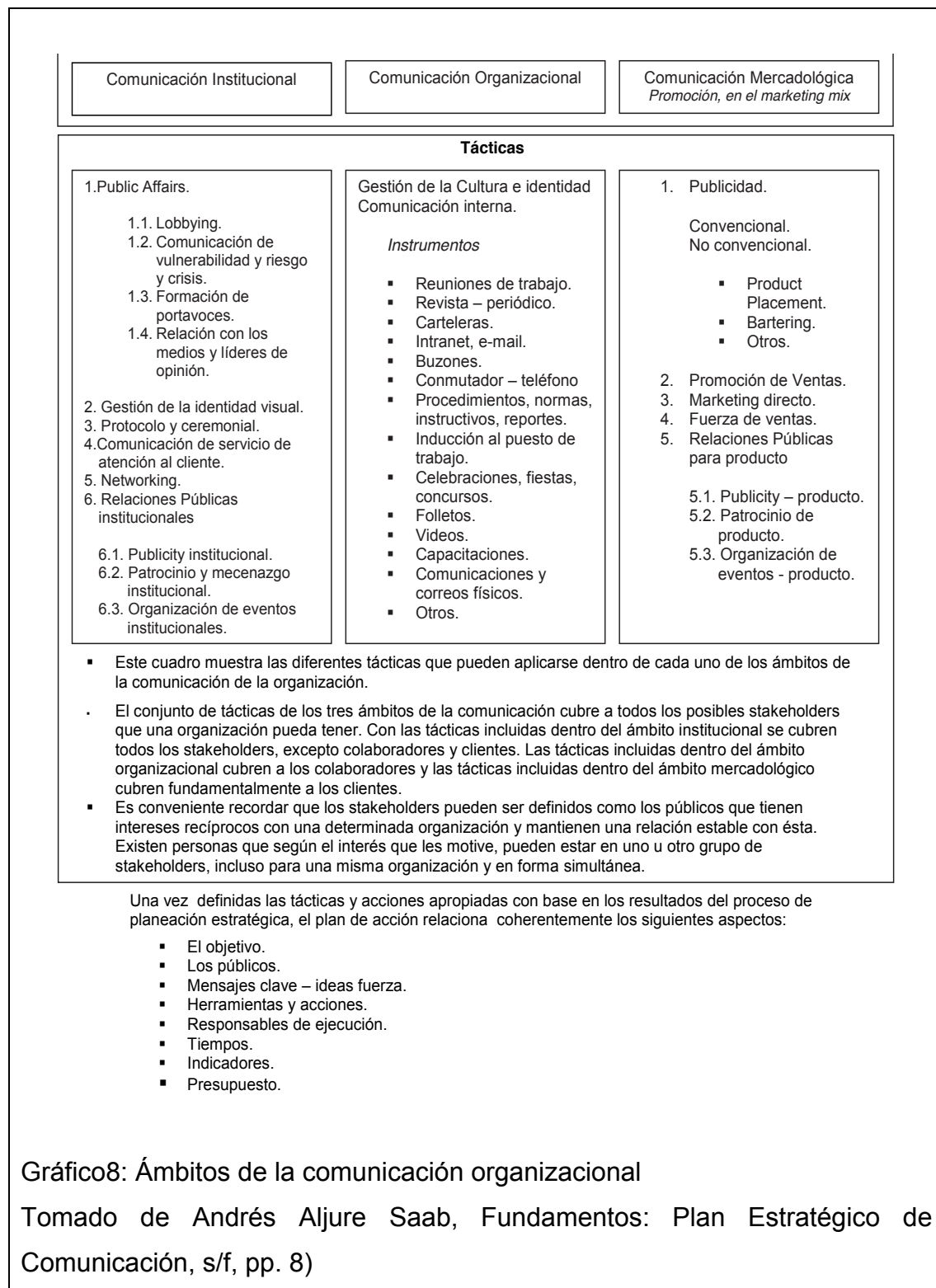
1. Análisis de situación de la organización.
    - 1.1. Análisis de situación externa
      - Entorno.
      - Sector.
      - Mercado – Competidores y Clientes.
      - Proveedores.
      - Distribuidores.
      - Mapa de públicos, percepciones, necesidades e intereses.
      - Notoriedad e Imagen real, según los públicos relevantes.  
(En los dos ítems anteriores está contemplada la realización o análisis, si ya existen, de auditorías de percepción).
      - Otros.
    - 1.2. Análisis de situación interna
      - Historia
      - Filosofía de la organización
      - Objetivos estratégicos, objetivos funcionales, otros
      - Resultados y proyecciones.
      - Que producto, servicio o actividad desarrolla.
      - Organización: estructura y política empresarial.
      - Procesos, políticas, normas.
      - Plataforma de comunicación – Ambito institucional, organizacional y mercadológico.
      - Notoriedad e imagen ideal de la organización.
      - Públicos internos, percepciones, necesidades y expectativas. (Aquí está contemplada la realización o análisis, si ya existen, de auditorías de percepción).
      - Herramientas, canales y códigos en la organización.
      - Otros.
  2. Análisis DOFA de la organización
- #### **Identificación del problema o situación de la organización e identificación del problema o situación de comunicación.**
3. Definición de públicos relevantes según problema(s) o situación(es) identificado(s)
  4. Si aun no se ha logrado a través de la realización del análisis de situación, identificación de los niveles de notoriedad y del perfil de imagen ideal y real para cada público o grupo de públicos relevantes.
  5. Definición de objetivos de comunicación para cada público o grupo de públicos.
  6. Definición de estrategias para cada público o grupo de públicos.
    - ✓ Ideas fuerza – mensajes
    - ✓ Tono y estilo
  7. Planes de acción – tácticas por cada objetivo o público.
    - ✓ Cronograma
    - ✓ Indicadores
    - ✓ Presupuesto.

#### **Gráfico7: Metodología para elaborar el PEC**

Tomado de Andrés Aljure Saab, Fundamentos: Plan Estratégico de Comunicación, s/f, pp. 4)

En el cuadro anterior se detalla con claridad los pasos que se deben seguir para la elaboración del Plan Estratégico de Comunicación según este autor. Para reforzar las tácticas antes mencionadas Aljure propone los ámbitos de

comunicación dentro de la organización y cubriendo los stakeholders intervinientes.



De ésta manera se puede concatenar la forma como la comunicación está inmiscuida desde la organización hasta la generación de un PEC; es un proceso de enlace con los públicos, mediante la comunicación interna y externa, utilizando herramientas congruentes sobre las redes para socializar los mensajes a transmitir de forma coherente tomando el vínculo íntimamente ligado entre identidad, cultura y ambiente externo que harán posible la integración institucional en su presentación, planificando y organizando estrategias que serán puestas en práctica en un plan estratégico de comunicación direccionado a las necesidades de cada empresa.

## CAPÍTULO II

### GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS

#### 2.1 Síntesis Histórica del Cantón Cevallos

El Cantón Cevallos se convirtió en un punto estratégico de comercialización ya que a mediados del siglo 20 la estación de ferrocarril era el punto más cercano al oriente; la ciudad progresaba con ésta red vial comercial, además de las relaciones con sus habitantes y su arquitectura.

Posteriormente gracias a su ubicación geográfica y la evolución comercial se fortalece la feria regional en donde se comercializa la producción agropecuaria de los cantones vecinos; siendo las ferias los martes, miércoles, jueves y la más fuerte, el domingo.

En los 70's se promociona la fruticultura con el Proyecto Tungurahua; ante lo cual crecen las áreas frutales que hoy son la principal fuente de ingreso del cantón; posteriormente en los 90's se construye y entra en servicio el canal de riego Ambato-Huachi-Pelileo, beneficiando a varios sectores agrícolas del cantón.

Con el paso de los años la fruticultura se volvió menos rentable, aunque el cantón cuenta con otras fuentes generadoras de dinero como "la ganadería menor (cuyes y conejos), avicultura familiar y en pequeñas empresas, la



artesanía de calzado y afines, confección de ropa, dulces y procesados de lácteos entre otros.” (Cevallos, s/f.).

## **2.2 GAD Municipal del Cantón Cevallos**

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de los cantones del Ecuador se encuentran conformados de una forma jerárquica en donde la cabeza está conformada por la alcaldía y en ella el burgomaestre del cantón, sin dejar a un lado al Concejo Cantonal, el cual está integrado por los concejales elegidos en las urnas, y el número de concejales varía según la densidad de la población de cada cantón.

La participación ciudadana se constituye en uno de los actores importantes en el manejo administrativo del cantón ya que la ciudadanía tiene voz y voto en las decisiones para el desarrollo de la población. Las tres diferentes funcionalidades mencionadas anteriormente son aquellas que forman una triada de administración de los cantones, cada una de ellas tiene la función de buscar la mejor resolución para el desarrollo de las ciudades del Ecuador.

El Concejo Cantonal con las sesiones ordinarias semanales es el encargado de discutir y tomar acciones ante las diferentes actividades que se presentan en la municipalidad de cada cantón.

La participación ciudadana es aquella que acerca los problemas al Concejo Cantonal mediante las solicitudes, uso de la silla vacía, y los presupuestos participativos que es en donde la ciudadanía participa, solicitando acciones ante las necesidades urgentes de cada sector.

Las dependencias de cada municipalidad funcionan bajo el mando de la alcaldía, tras haber resuelto acciones con el Concejo Cantonal conjuntamente con los concejales y la participación ciudadana. El burgomaestre es el

encargado de ejecutar las acciones pertinentes desde cada dependencia municipal, como son catastros, planificación, administración, entre otras.

Además en la municipalidad existen dependencias que trabajan autónomamente como son las de recolección de aportes ciudadanos, agua potable, departamento de desechos y limpieza, entre otros.

“Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden.” Ley COOTAD (2012, pp. 56)

Las dependencias que trabajan conjuntamente con la alcaldía y con las funcionalidades administradoras son aquellas que tienen contacto directo con todas las demás dependencias y con la colectividad, siendo estas el eje de manejo y quienes agilizan el proceso de ejecución, el entendimiento de las acciones municipales, mensajes directos a la ciudadanía sobre inconvenientes con la ciudad, y sobre todo quienes hacen llegar los requerimientos de la ciudadanía a las autoridades de cada cantón para así poder solventar las necesidades de la sociedad que administra un gobierno autónomo descentralizado.

### **2.2.1 Filosofía Corporativa**

La Filosofía Corporativa está constituida por la misión, visión, valores y objetivos del GAD Municipal del Cantón Cevallos.

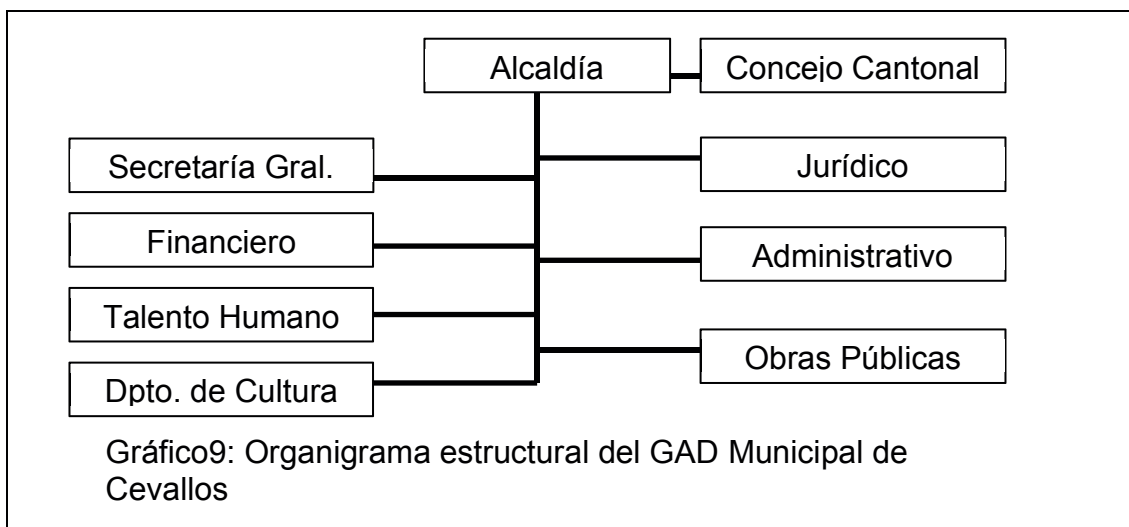
### 2.2.1.1 Misión

Planear, implementar y sostener las acciones del desarrollo del gobierno local. Dinamizar los proyectos de obras y servicios con calidad y oportunidad, que aseguren el desarrollo social y económico de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales y dentro de un marco de transparencia y ética institucional y con el uso óptimo de los recursos humanos altamente comprometidos, capacitados y motivados.

### 2.2.1.2 Visión

En los próximos cinco años, se constituirá en Gobierno Local, siendo un ejemplo del desarrollo de la región y contará con una organización interna, altamente eficiente, que administre productos y servicios compatibles con la demanda de la sociedad y capaz de asumir los nuevos roles vinculados con el desarrollo, con identidad cultural y de género, descentralizando y optimizando los recursos, que asegure la calidad de vida de la población, basado en leyes, ordenanzas y reglamentos, impulsado por sus autoridades y apoyado por la comunidad.

### 2.2.1.3 Organigrama estructural del GAD Municipal del Cantón Cevallos



El GAD Municipal del Cantón Cevallos no cuenta con un organigrama estructural definido, sin embargo se a levantado un esquema básico de cómo está actualmente como se evidencia en el gráfico. Cada uno tiene su función que en resumen se detalla a continuación:

- Alcalde: administrador y aprobador de las tareas que se toma como municipalidad. “Es la primera autoridad del ejecutivo del gobierno autónomo descentralizado municipal, elegido por votación popular, de acuerdo con los requisitos y regulaciones previstas en la ley de la materia electoral.” Ley COOTAD (2012, pp. 44)
- Vicealcalde: en caso de que falte el Alcalde es el segundo al mando. “Es la segunda autoridad del gobierno autónomo descentralizado municipal elegido por el concejo municipal de entre sus miembros.” COOTAD (2012, pp. 46)
- Concejo Cantonal: seccionan una vez a la semana y aprueban modifican o rechazan solicitudes del pueblo, protestos que genera la alcaldía o proyectos que tienen los concejales. “es el órgano de legislación y fiscalización del gobierno autónomo descentralizado municipal.” Ley COOTAD (2012, pp. 42)
- Secretaria General: se encarga de administrar y recolectar todo documento que ingresa a la alcaldía y administración.
- Dirección Administrativa: administra todo lo físico que está en manos del municipio.
- Departamento Jurídico: hace todo lo que concierne a lo legal. Se encarga de otorgar los permisos respectivos para el funcionamiento de los negocios y eventos q se desarrollan
- Departamento Financiero: se encarga de los presupuestos que maneja el GAD para todos sus proyectos, obras, personal, y contrataciones públicas. Dentro del mismo se encuentra la tesorería que se encarga de recoger el dinero de ventanillas del Municipio y de administrar la caja chica.
- Dirección de cultura: administra los bienes como museos, bibliotecas, teatros y promueve los eventos culturales.

- Obras públicas: Servicios básicos.

En la Ley COOTAD se menciona: “Los GAD priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios.” (2012, pp. 9)

## 2.2.2 Identidad Visual

### 2.2.2.1 Bandera



La Bandera refleja tres franjas de igual dimensión que representan las “instancias de la historia y la vida administrativa de Cevallos: Capote Bajo, Parroquia Cevallos y Cantón Cevallos”. (Cevallos, s.f.)

- La franja blanca: representa el ayer y a los ancestros no definidos de Cevallos.
- Las tres estrellas rojas: simbolizan las instancias de este pueblo y

hablan de la presencia del hombre.

- La franja verde: representa la fertilidad del suelo y la relación del hombre con el campo.
- La franja roja simboliza al cevallese y su vitalidad, que es la base de todo lo que se entienda por desarrollo y progreso.

Es así como se representan los cevallese en esta bandera, su historia, su cultura y sus raíces.

### 2.2.2.2 Escudo



Los colores del escudo están explicados anteriormente; el escudo está dividido en tres partes en forma de abanico, estas están cruzadas por una manzana representativa del cantón. Sobre el fondo izquierdo se encuentra un vaso ceremonial de las culturas pre kichwas, al costado derecho la línea férrea que representa la evolución de parroquia a cantón de Ambato con el año en la señalización.

“Al centro, sobre un fondo verde, que simboliza la esperanza y el trabajo del hombre eminentemente rural, constan: el azadón que demuestra una posición de integración a la tierra a través del trabajo; y, la pluma que significa la capacitación de su gente y es el símbolo de su desarrollo cultural. Hay dos pergaminos: uno de encabezamiento en la parte superior que identifica el nombre del CANTÓN CEVALLOS y el otro al pie que registra el año 1986, año de la cantonización.” (Cevallos, s.f.)

El escudo fortalece el significado del Cantón con los símbolos representativos de su historia y tradición.

### **2.2.3 Comunicación interna**

No cuenta con departamento de comunicación, las funciones regidas son de carácter informal sin incurrir en un estamento o jerarquías para su evolución.

### **2.2.4 Comunicación externa**

Cuenta con una página web (<http://www.cevallos.gob.ec>) a la cual le hace falta varios aspectos de comunicación de intranet, además cuenta con una cuenta de Facebook (<https://www.facebook.com/municipiocevallos?fref=ts>).

El GAD Municipal del Cantón Cevallos ha publicado un libro en el cual se indica lo más representativo de Cevallos, además de la rendición de cuentas del Alcalde, y principalmente un plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Otros libros publicados son revistas anuales.

### **2.2.5 Proyectos del GAD Municipal del Cantón Cevallos**

El GAD Municipal de Cevallos cuenta con proyectos en las siguientes áreas:

- **Desarrollo Económico** en los programas de: desarrollo agrícola, desarrollo pecuario, servicios de apoyo a la producción agropecuaria, infraestructura, mano de obra calificada, organización de la comercialización, privada, servicios para el desarrollo productivo cantonal, financiamiento productivo y comercial.
- **Patrimonio Cultural** en las áreas de: Información patrimonial, protección de bienes patrimoniales, preservación y mantenimiento de bienes patrimoniales, potenciación del patrimonio cultural intangible.
- **Identidad Cultura y Turismo** en las áreas de: potenciar la ubicación geográfica, revalorización de los sitios turísticos, circuitos generales, patrimonios culturales (arqueológico), circuitos generales (itinerarios culturales), turismo urbano, turismo arqueológico.
- **Vialidad y Transporte** en las siguientes áreas: espacio público y movilidad urbana y rural, educación vial, identidad y movilidad, mantenimiento vial, fortalecimiento institucional.
- **Ordenamiento Territorial** en los programas de: consolidación de los núcleos de planificación y desarrollo rural (Andignato, La Florida y Santo Domingo), fortalecimiento de los centros poblados rurales, mejoramiento de la imagen urbana, normativa, equipamiento.
- **Ambiente** en los programas de: descontaminación de ríos y quebradas, agua potable, descontaminación, protección de áreas de valor ecológico, fortalecimiento institucional.
- **Sistema de comunicación** en los programas de: comunicación interna y externa, comunicación local por red, apoyo externo en red.
- **Desarrollo social** en los programas de: apoyo a la producción, inclusión y participación, apoyo a grupos vulnerables.

Los proyectos están direccionados a desarrollarse a corto, mediano y largo plazo. Son alrededor de 153 proyectos, que están a cargo de las competencias: Municipal, Provincial, Regional y Central; los roles a los que van direccionados son: dirección, investigación y transferencia tecnológica, contraparte, sector público y privado, academia y agricultores.



Los GAD Municipales a nivel Nacional cuentan con una ley que las rige y en función de la cual se estructura el trabajo y se articula el mismo a través de la triada antes mencionada, ésta ley es la del COOTAD o Código Orgánico de Organización Territorial, Autónoma y Descentralización que se detalla a continuación.

### **2.3 Ley del COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autónoma y Descentralización)**

Para comprender el funcionamiento del GAD Municipal del Cantón Cevallos se debe analizar la ley que rige el GAD por medio del Ministerio de Coordinación Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados; en tal virtud, se expone a continuación de forma breve y legible dicha ley.

El COOTAD propone “al Estado ecuatoriano como descentralizado, guiado por los principios de equidad interterritorial, integración, solidaridad y unidad territorial” (COOTAD, 2012, pp. 4)

Es decir concebir un Estado con un modelo nuevo de descentralización y desconcentración según el Gobierno y de la mano con el Plan Nacional del Buen Vivir, “se le ha otorgado las atribuciones en cuanto a la planificación y la gestión territorial se refiere, lo que implica un reto enorme de características multidimensionales e integrales.” (COOTAD, 2012, pp. 4)

Primero se debe luchar por cumplir una misión en la que las potencialidades geográficas puedan brindar una mejor economía y responda a las peticiones de la ciudadanía. Segundo, articular efectivamente el diálogo entre los diferentes niveles del Estado de forma democrática en el territorio y la demanda de un Estado eficiente, representativo, justo e incluyente.

Tercero, “fortalecer una estructura territorial nacional policéntrica, complementaria y coordinada que promueva la investigación, la innovación, la

ciencia y la tecnología acorde a las capacidades y potencialidades inherentes a cada territorio” (COOTAD, 2012, pp. 4).

Y como punto final promueve la igualdad de oportunidades con el acceso a servicios básicos, recursos productivos, salud, educación y un espacio vital digno para todas y todos los ciudadanos, como lo plantea el COOTAD.

“Mediante este Código y gracias a él, podremos direccionarnos hacia ese gran empeño colectivo que hemos llamado Sumak Kawsay, pero al mismo tiempo, nos obliga a cumplir y comprometernos con este proceso enmarcado en el bienestar común, la justicia regional y la equidad territorial.” (COOTAD, 2012, pp. 5).

Este Código es la posta que brindan para que en conjunto los Consejos Provinciales, Juntas Parroquiales, Alcaldías, concejales y demás autoridades locales, así como ciudadanos y ciudadanas construyan el nuevo Estado.

El objetivo A de éste Código menciona “La autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados, en el marco de la unidad del Estado ecuatoriano” (COOTAD, 2012, pp. 8). Lo cual es primordial para el desarrollo de las Municipalidades de forma individual y aprovechando las potencialidades individuales de cada una.

Los principios generales de la autonomía política, administrativa y financiera se definen de la siguiente manera:

- **Unidad.-** En todos los niveles de gobierno (Constitución, territorio, economía y solidaridad, igualdad de trato), para preservar la soberanía del pueblo ecuatoriano.
- **Solidaridad.-** “Todos los niveles de gobierno tienen como obligación compartida la construcción del desarrollo justo, equilibrado y equitativo de las distintas circunscripciones territoriales.” (COOTAD, 2012, pp. 9).

- **Coordinación y corresponsabilidad.-** Relacionados al buen vivir y al desarrollo de las jurisdicciones territoriales.
- **Subsidiariedad.-** “Privilegiar la gestión de los servicios, competencias y políticas públicas por parte de los niveles de gobierno más cercanos a la población, con el fin de mejorar su calidad y eficacia y alcanzar una mayor democratización y control social de los mismos.” (COOTAD, 2012, pp.9).
- **Complementariedad.-** Los GAD deben “articular sus planes de desarrollo territorial al Plan Nacional de Desarrollo y gestionar sus competencias de manera complementaria.” (COOTAD, 2012, pp. 9).
- **Equidad interterritorial.-** “La organización territorial del Estado y la asignación de competencias y recursos garantizarán el desarrollo equilibrado de todos los territorios, la igualdad de oportunidades y el acceso a los servicios públicos.” (COOTAD, 2012, pp. 9).
- **Participación ciudadana.-** “La participación es un derecho cuya titularidad y ejercicio corresponde a la ciudadanía.” (COOTAD, 2012, pp. 9). Este derecho será respetado, promovido y facilitado por los órganos del Estado para que entre las partes se elaboren y acepten las decisiones.
- **Sustentabilidad del desarrollo.-** “Los GAD priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios.” (COOTAD, 2012, pp. 9).

El COOTAD pretende solidificar legalmente “las normas que deban regir la actividad administrativa de los GAD, permitiendo simplificar y unificar las distintas leyes que los rigen.” (COOTAD, 2012, pp. 16).

Éste código establece normas para la gestión administrativa, el funcionamiento y la estructura organizacional de los GAD, además de pretender la

descentralización para una democracia participativa y solidaria; que aporte a un desarrollo igualitario en la sociedad.

“El Código determina los marcos y características específicas que tendrán las funciones ejecutiva, legislativa y de participación ciudadana de cada uno de los niveles de gobierno autónomo y descentralizado, procurando el equilibrio y la armonía entre los mismos.” (COOTAD, 2012, pp. 11)

### **2.3.1 Artículo 53.- Naturaleza jurídica**

“Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera.” (COOTAD, 2012, pp. 39)

Los GAD Municipales se articulan con la participación ciudadana, legislación y fiscalización mediante funciones y competencias establecidas en el Código, además constituyen la cabecera cantonal.

### **2.3.2 Artículo 54.- Funciones de los GAD Municipales**

Dentro de las funciones principales están:

- El promover el desarrollo territorial cantonal.
- Construir y promover la equidad e inclusión en su territorio.
- “Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal.
- 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.” (COOTAD, 2012, pp. 39).

Además el COOTAD propone dentro de las funciones impulsar el desarrollo turístico cantonal, promover el desarrollo económico activo, incentivar el derecho al hábitat y la vivienda mediante programas sociales, controlar la

contaminación ambiental, regular y controlar el espacio público cantonal de publicidad, redes o señalización, la creación de consejos de seguridad ciudadana conjuntamente con la Policía Nacional para preservar la seguridad ciudadana y preservar los derechos de protección ciudadana para atender zonas rurales.

“Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres.” Además “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” (COOTAD, 2012, pp. 40).

Otra de las funciones que propone es “promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón”. (COOTAD, 2012, pp. 40).

Todas las funciones con la finalidad de propender una calidad de vida apta y regulada por el Gobierno de control de tal manera que coordine con los artículos y los responsables, así como políticas y ordenanzas que se cumplan para un entorno armónico y de desarrollo eficaz apoyados en el Buen Vivir y normados con las competencias que se detallan a continuación.

### **2.3.3 Artículo 55.- Competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal**

Las competencias planteadas para que cumplan los GAD Municipales en función de la ley son:

- 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;

- Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;
- 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;
- Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;
- Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;
- 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;
- Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;
- Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;
- 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;
- Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;
- 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;
- Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; y,

- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias. (COOTAD, 2012, pp. 41).

Las competencias mencionadas anteriormente claramente estipulan la conservación del medio ambiente, el avance coordinado en la arquitectura y las políticas de ordenamiento territorial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad, son entonces prioridades que fortalecerán el desarrollo cantonal respetando la diversidad.

Para que los GAD Municipales puedan trabajar coordinadamente dependen de un **Concejo Municipal** integrado según el **Artículo 56** del COOTAD por “el alcalde o alcaldesa, que lo presidirá con voto dirimente, y por los concejales o concejales elegidos por votación popular, de conformidad con lo previsto en la ley de materia electoral.” (COOTAD, 2012, pp. 42).

#### **2.3.4 Artículo 57.- Atribuciones del Concejo Municipal**

Al Concejo Municipal le corresponden actividades como emitir ordenanzas, expedir acuerdos, aprobar planes de desarrollo cantonales, preservar la participación ciudadana, desarrollo de partidas presupuestarias, creación de empresas públicas, en fin todas aquellas actividades que ayuden al desarrollo cantonal.

### **2.4 Paradigma del Buen Vivir**

El Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 delimita las líneas por las cuales se intenta llevar a cabo el proceso de descentralización y desconcentración que promueve el Estado para transformar al país desde los territorios, considerando la importancia que tiene la relación entre el alcalde y sus mandantes.

Los diez objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir se implantaron en los municipios y en el GAD Municipal del Cantón Cevallos para consolidar la propuesta de cambio y la reestructuración en pro de la mejora continua.

Al “*BUEN VIVIR*” se lo resume de acuerdo a la Constitución como: “la satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado, y el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas.” (PNBV, 2009-2013, pp. 8-9)

El Buen Vivir contempla la emancipación, las libertades, el desarrollo de oportunidades y capacidades potenciales de los individuos que permitan lograr el equilibrio con la sociedad, los territorios, la diversidad cultural y colectiva, “cada uno -visto como un ser humano universal y particular a la vez- valora como objetivo de vida deseable.” (PNBV, 2009-2013, pp. 8-9)

“El concepto de Buen Vivir nos obliga a reconstruir lo público para reconocernos, comprendernos y valorarnos unos a otros -entre diversos pero iguales- a fin de que prospere la posibilidad de reciprocidad y mutuo reconocimiento, y con ello posibilitar la autorrealización y la construcción de un porvenir social compartido.” (PNBV, 2009-2013, pp. 8-9)

El Plan Nacional del Buen Vivir se aplica al GAD Municipal del Cantón Cevallos de tal manera que invierte y prioriza en el ser humano, en el hombre, la mujer, el niño, la niña, él y la adolescente, y; todos aquellos grupos sociales vulnerables o en condiciones de riesgo, porque la misión únicamente es generar sinergias para mejorar la calidad de vida de todos los cevalenses, según la autoridad municipal.

En Cevallos todos construyen el buen vivir porque la obra pública está al servicio colectivo, porque el desarrollo productivo se fundamenta en el



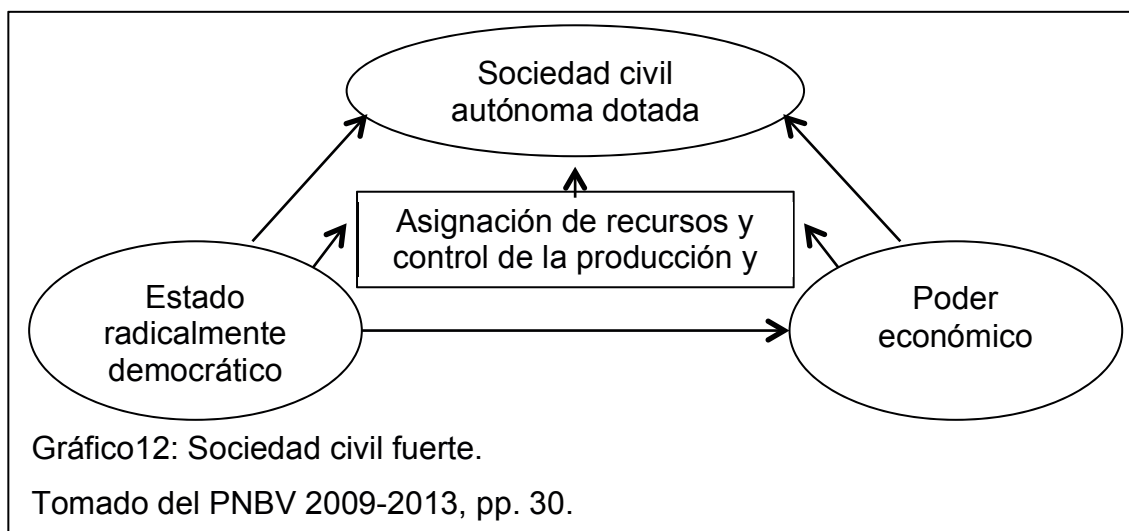
liderazgo municipal y la organización ciudadana; porque todos quieren un pueblo saludable, progresista y sobre todo con identidad propia.

## 2.5 Principios para el Buen Vivir

“La combinación de las orientaciones éticas y programáticas apuntan a la articulación de las libertades democráticas con la posibilidad de construir un porvenir justo y compartido: sin actuar sobre las fuentes de la desigualdad económica y política no cabe pensar en una sociedad plenamente libre.” (PNBV, 2009-2013, pp. 29)

Trata de la administración responsable, sostenible de los recursos naturales y productivos escasos y frágiles; se nombra allí el fin de la ‘sociedad de la abundancia’ que pretende el compromiso individual y público que procure la mejora en las necesidades generales y cultiven proyectos personales y colectivos con sus consecuencias sociales y ambientales globales.

El fin es promover la calidad social y material, enfocado al fortalecimiento de la sociedad mas no del mercado ni del Estado; dicho fortalecimiento consiste en promover la libertad y la capacidad de movilización autónoma de la ciudadanía para una cooperación y control de los recursos tangibles e intangibles del país.



Como se muestra en la figura anterior las bases para la sociedad civil autónoma dotada de vigoroso poder social son el poder económico y el Estado radicalmente democrático para la asignación de recursos y control de la producción y redistribución, para la cooperación con su entorno y la buena convivencia.

Con una sociedad civil autónoma se podrá ejercer de mejor manera un mejor vínculo con la práctica del Buen Vivir.

“El principio rector de la justicia relacionado con la igualdad tiene que materializarse en la eliminación de las desigualdades que producen dominación, opresión o subordinación entre personas y en la creación de escenarios que fomenten una paridad que viabilice la emancipación y la autorrealización de las personas y donde los principios de solidaridad y fraternidad puedan prosperar y con ello la posibilidad de un mutuo reconocimiento.” (PNBV, 2009-2013, pp. 30)

Lo que proponen es que deje de existir una ruptura entre el ser humano, la sociedad y las relaciones que tienen estos con la naturaleza; todo esto se evidencia en los principios que sustentan la orientación hacia una sociedad justa, libre, democrática y sustentable. Para ello se deberá detallar los principios bajo los cuales rige el Plan del Buen Vivir.

### **2.5.1 Hacia la unidad en la diversidad**

“El Estado Plurinacional supone la construcción de un Estado radicalmente democrático y post-colonial. La plurinacionalidad reconoce a las autoridades de los pueblos y nacionalidades, elegidas de acuerdo a sus usos y costumbres, dentro del Estado unitario, en igualdad de condiciones con los demás sectores de la sociedad.” (PNBV, 2009-2013, pp. 20)

Eso quiere decir que el Estado en su búsqueda de la unidad en la diversidad reconoce la plurinacionalidad con la que rige y todas las formas de democracia dentro del país; como son la democracia: comunitaria, deliberativa y participativa.

“La construcción de un Estado radicalmente democrático es también la construcción de un Estado policéntrico”, es decir en contra del monopolio estatal, basado en un sistema jurídico y de jurisdicciones con derecho privado y no territorial ni público.

Por ello, según el Plan Nacional del Buen Vivir (2009-2013, pp. 20) “la plurinacionalidad va de la mano con la descentralización y no con el debilitamiento del Estado.”

### **2.5.2 Hacia un ser humano que desea vivir en sociedad**

“Se reafirma el reconocimiento de que las personas no son seres aislados, sino interdependientes, necesitan y dependen de otras personas para alcanzar niveles de autonomía, de bienestar y para reproducirse socialmente.” (PNBV, 2009-2013, pp. 20)

Las personas nacen con esa necesidad de interrelacionarse de forma que desarrollan habilidades intelectuales y emocionales en función del entorno; desde su niñez en un entorno familiar, después en el entorno institucional y el entorno social. Así también necesitan de cuidados en las dos etapas fundamentales de la vida la niñez y la vejez; el Buen Vivir cree en el dar y recibir cuidados.

### **2.5.3 Hacia la igualdad, la integración y la cohesión social**

“La idea de incluir igualitariamente a todos y a todas (...) contempla a la estructura social misma y a su posibilidad de cohesión. (...) se trata de

políticas de carácter ‘público’ no sólo en el sentido estatal del término, (...) sino que apuestan por una inclusión de toda la comunidad política.” (PNBV, 2009-2013, pp. 34)

Se intenta generar una ciudadanía que tome decisiones que garanticen su participación sin importar clase social, ocupación, género, orientación sexual, etnia o credo. Son políticas que son de y para la ciudadanía, pretende una igualdad, inclusión y enlace social como valores que permiten promover el espíritu cooperativo y solidario del ser humano.

#### **2.5.4 Hacia el cumplimiento de derechos universales y la potenciación de las capacidades humanas**

Al hablar de la potenciación de las capacidades humanas hace referencia a que el individuo según propone el Plan del Buen Vivir pueda elegir autónomamente, de manera individual o asociada, sus objetivos de forma igualitaria.

“El objetivo debe ser entonces la garantía de los derechos de la ciudadanía y con ello la corresponsabilidad que tiene en el cumplimiento de los deberes para con las y los otros, sus comunidades y la sociedad en su totalidad. (...) el principio rector de la estrategia económica y social de mediano y largo plazo debe ser la universalidad solidaria.” (PNBV, 2009-2013, pp. 34)

Todo se basa en una vida con dignidad humana lo cual se relaciona a que las personas “no solo tienen derecho a la vida, sino a una vida compatible con la dignidad de la persona”, como lo menciona El Plan Nacional del Buen vivir (2009-2013, pp. 34)

### **2.5.5 Hacia una relación armónica con la naturaleza**

“La responsabilidad ética con las actuales y futuras generaciones y con el resto de especies es un principio fundamental para prefigurar un nuevo esquema de desarrollo humano. Este necesita reconocer la dependencia de la economía respecto de la naturaleza; admitir que la economía forma parte de un sistema mayor, el eco sistema, soporte de la vida como proveedor de recursos y funciones ambientales, y sumidero de deshechos.” (PNBV, 2009-2013, pp. 36)

En sí es reconocer que la naturaleza no solo está para producir y tener una relación de explotación sino también para cuidarla ya que nos brinda la temperatura, la lluvia, la composición atmosférica, etc., que constituyen condiciones insustituibles y cuya preservación tiene un valor infinito.

“Promover el desarrollo sostenible significa consolidar el progreso tecnológico hacia el incremento de la eficiencia, entendida como la generación de un nivel de producción determinado, con el menor uso posible de recursos naturales.” (PNBV, 2009-2013, pp. 36)

### **2.5.6 Hacia una convivencia solidaria, fraterna y cooperativa**

Se basa en la convivencia del ser humano, en un entorno solidario, cooperativo y fraterno entre los ciudadanos reconociendo la comunidad social y política.

“La construcción de la cooperación, la solidaridad y la fraternidad es un objetivo acorde con una sociedad que quiere recuperar el carácter público y social del individuo (...) La fraternidad implica una disposición cívica: el reconocimiento de las necesidades e intereses de las y los otros, la aceptación de la justicia de la ley y el respeto de las instituciones que permiten el ejercicio de la democracia como forma de sociedad y de gobierno” (PNBV, 2009-2013, pp. 36)

Lo que se trata es de crear escenarios de fraternidad para la próspera dirección de objetivos comunes y que planteen un porvenir compartido en el cual nadie dependa de otro particular para vivir dignamente, como lo menciona el PNBV. (2009-2013, pp. 37)

### **2.5.7 Hacia un trabajo y un ocio liberadores**

La iniciativa para hablar de libertad es generar trabajo para que el individuo pueda asegurar su sustento con el mismo.

“El modo de producción debe estar centrado en el trabajo, pero no asentado en la propiedad estatal de los medios de producción, como proponía el socialismo real, sino en un régimen mixto de propiedad donde coexiste la propiedad privada regulada, el patrimonio público, las comunidades y las asociaciones colectivas (cooperativas).” PNBV. (2009-2013, pp. 37-38)

Lo que se intenta es pasar de una economía egoísta a la del altruismo solidario, lo cual implica competir compartiendo, generar riqueza motivada por el interés particular, pero respetando criterios de solidaridad, reciprocidad y justicia social como lo propone en PNBV.

### **2.5.8 Hacia la reconstrucción de lo público**

“Si uno de los principales problemas de las últimas décadas fue la privatización de lo público, la construcción de una nueva sociedad obliga a recuperarlo. Ello implica retomar la idea de la propiedad y el servicio públicos como bienes producidos y apropiados colectiva y universalmente.” (PNBV, 2009-2013, pp. 38)

Existe la necesidad de implantar la noción de que el espacio público está comprendido por todo aquello que se refiere a lugares comunes, compartidos y compatibles, así como aquellos en donde se desarrollen actividades de interés común.

Uno de los principales puntos para fortalecer el concepto de público es la existencia de la “escuela pública, universal, no confesional y financiada íntegramente por el Estado, la cual debe respetar y promover el pluralismo ideológico y la libertad de conciencia, cuya defensa debe ser uno de sus objetivos primordiales”, como se menciona en el PNBV. (2009-2013, pp. 38)

### **2.5.9 Hacia una democracia representativa, participativa y deliberativa**

“La gobernanza participativa entraña la presencia de una ciudadanía activa y de fuertes movimientos sociales, asociaciones comunitarias, colectivos ciudadanos, organizaciones civiles que trabajen en redes abiertas con los agentes estatales, en cuestiones locales y en temas nacionales, y la institucionalización de múltiples dispositivos participativos a fin de que aquellos ganen en capacidad de influencia y de control sobre las decisiones políticas.” (PNBV, 2009-2013, pp. 38)

Lo que trata es de propiciar una relación entre la participación ciudadana en la gestión pública y el proceso político, con dicha participación; el Estado entonces se gestiona por la ciudadanía y la sociedad civil organizada con un objetivo participativo y se podría equilibrar el poder en la toma de decisiones y efectivas consecuencias en una distribución justa de la riqueza social.

### **2.5.10 Hacia un Estado democrático, pluralista y laico**

“La visión de un Estado plurinacional, diverso y plural busca el reconocimiento político de la diversidad étnica, sexual y territorial, y apuesta por la generación de una sociedad que promueva múltiples

sentidos de lealtad y pertenencia a la comunidad política.” (PNBV, 2009-2013, pp. 39)

Es decir reconocer y proteger derechos, convicciones, principios igualitarios, otorgar poderes públicos, el libre derecho a la libertad religiosa y al culto, es decir sin discriminaciones que afecten la integridad del individuo y su convivencia en el medio.

## **2.6 Objetivos Nacionales para el Buen Vivir**

Los Objetivos del PNBV, son los objetivos a cumplir para generar una sociedad libre para convivir con la naturaleza y su entorno.

### **2.6.1 Objetivo 1: Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad**

“Los mecanismos de inclusión, protección social e integración territorial de este nuevo modelo, identifican y valoran a todas las personas, en especial a los grupos de atención prioritaria y reconocen la diversidad de comunidades, pueblos y nacionalidades.” (PNBV resumido, 2009-2013, pp. 73)

Se promueve la activación de los derechos a la salud, educación, seguridad social, alimentación, agua y vivienda, para que todas y cada una se conjuguen socialmente de tal forma que se distribuya de forma equitativa y exista el acceso a lo material, social y cultural.

### **2.6.2 Objetivo 2: Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.**

“El desarrollo de capacidades y potencialidades ciudadanas requiere de acciones armónicas e integrales en cada ámbito. La actividad física y el



deporte son elementos dinamizadores de las capacidades y potencialidades de las personas y contribuyen a la salud integral: física y psicológica.” (PNBV, 2009-2013, pp. 74)

Dentro de éste parámetro la educación juega un papel importante, ya que menciona que se debe capacitar en todos los niveles y ciclos a los estudiantes para potencializar y diversificar una educación sustentable.

La educación no solamente a nivel urbano sino también a nivel rural cuenta con un rol importante, se procura el acceso y conocimiento de las TIC's, como fuente de comunicación y mejor nivel de educación, para minimizar desigualdades en cuanto a tecnología se refiere.

En estos campos se promueve la participación y la crítica de tal forma que genere un pensamiento propio con una visión estratégica sustentados con conocimientos ricos agregando la investigación e innovación técnica y tecnológica para un desarrollo favorable personal y social.

### **2.6.3 Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población.**

“La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas.” (PNBV resumido, 2009-2013, pp. 76)

Dicho mejoramiento de la calidad de vida de la población es un proceso que está definido por varios parámetros relacionados a la calidad ambiental, los derechos a la salud, educación, alimentación, vivienda, ocio, recreación y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad social, relaciones personales y familiares.

#### **2.6.4 Objetivo 4:Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.**

...“el Estado asume sus responsabilidades con la naturaleza. Asimismo, desde el principio de corresponsabilidad social, las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, los diversos sectores privados, sociales comunitarios y la población en general deben cuidar y proteger la naturaleza.” (PNBV, 2009-2013, pp. 77)

Con el fin de cumplir este objetivo se deben cambiar los enfoques productivos y de consumo, con la finalidad de prevenir, controlar y aminorar la contaminación ambiental para poder afrontar de forma adecuada el calentamiento global.

#### **2.6.5 Objetivo 5:Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana.**

“La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad. Su ejercicio se da a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa, previstas en la Carta Política. Uno de los deberes primordiales del Estado es garantizar la soberanía nacional.” (PNBV, 2009-2013, pp. 78-79)

Este objetivo se toma desde la integridad territorial y jurídica, reconociendo la soberanía para la toma de decisiones y su influencia en la política, lo social, el gobierno, y entidades públicas y privadas que prestan servicios públicos, de tal manera que el gobierno quiere implantar estratégica y activamente un orden económico y político internacional pero desde el punto de la integración soberana de los pueblos; rechazando el sometimiento a nivel internacional y defendiendo al Ecuador como territorio de paz.

“La soberanía alimentaria propone un cambio sustancial frente a una condición histórica de dependencia y vulnerabilidad en lo concerniente a

la producción y el consumo. La soberanía energética no se puede alcanzar en detrimento de la soberanía alimentaria ni puede afectar el derecho de la población al agua.” (PNBV, 2009-2013, pp. 79)

Buscar la cooperación internacional y la inversión extranjera es uno de los objetivos de desarrollo, conjuntamente con la búsqueda de disminuir la deuda externa.

#### **2.6.6 Objetivo 6:Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.**

“La nueva Constitución consagra el respeto a la dignidad de las personas trabajadoras, a través del pleno ejercicio de sus derechos. Ello supone remuneraciones y retribuciones justas, así como ambientes de trabajo saludables y estabilidad laboral, a fin de lograr la modificación de las asimetrías referentes a la situación y condición de las y los trabajadoras en todo el país.” (PNBV, 2009-2013, pp. 241)

Dentro de éste objetivo se ampara el parámetro del ciudadano autosustentable, el cuidado humano, pilares para crear una economía social y solidaria y una sociedad equitativa; creando condiciones hábiles para que el individuo pueda interactuar en dicho proceso.

#### **2.6.7 Objetivo 7:Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.**

“La construcción de espacios de encuentro común es primordial en una sociedad democrática. Los espacios públicos potencian y otorgan a la ciudadanía un sentido de participación igualitaria y activa en la construcción de proyectos colectivos que involucran los intereses comunes.” (PNBV, 2009-2013, pp. 81)

Los espacios públicos contribuyen al conocimiento y al desarrollo de la cultura, las artes y la comunicación. La generación de espacios públicos sanos, alegres, seguros y solidarios promueve la valorización y el disfrute del uso no instrumental del tiempo.

### **2.6.8 Objetivo 8: Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.**

La identidad entendida como las características colectivas que tienen que ver con existencia histórica y social; con la tradición, la memoria, la condición social y humana; el Estado debe preservar los derechos culturales, mientras que la sociedad debe procurar que se cumplan de la mejor manera para que esa interacción asegure las condiciones de permanencia y reproducción de la cultura en sus múltiples expresiones. Como se expresa en el PNBV (2009-2013, pp. 82)

“Esta nueva perspectiva permite examinar otras formas de diversidad, tales como la diversidad regional, de género, generacional y, sobre todo, analizar la capacidad de cada una de ellas para contribuir y aportar a la construcción de relaciones de convivencia, equidad, diálogo y creatividad.” (PNBV, 2009-2013, pp. 82)

Como lo menciona el Plan Nacional del Buen Vivir, la plurinacionalidad y la interculturalidad de la sociedad ecuatoriana, adopta una concepción de cultura amplia e incluyente y reconoce las prácticas de grupos culturales que emergen como resultado de las transformaciones sociales contemporáneas.

“Entendida de ese modo, la interculturalidad aparece como una apuesta al futuro que, junto con el reconocimiento de la plurinacionalidad y el Buen Vivir, tiene la capacidad de lograr acuerdos entre los actores culturales, sociales, políticos e institucionales diferenciados. Su acción está encaminada a la construcción de una sociedad incluyente, solidaria,

soberana y recíproca, capaz de fundamentar una propuesta de desarrollo a largo plazo, que permita enfrentar los desafíos de la globalización y sus contradicciones en la actual crisis mundial.” (PNBV, 2009-2013, pp. 82)

### **2.6.9 Objetivo 9:Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.**

...“Los derechos constitucionales, en particular los del Buen Vivir, son, a la vez, límites del poder y vínculos impuestos a la autoridad pública... No es menos importante el reconocimiento de la existencia de otros sistemas jurídicos, tales como el indígena, el regional, el interregional y el universal...” (PNBV, 2009-2013, pp. 83)

Este objetivo integra el pluralismo jurídico y la institucionalización de los principios de eficiencia, oportunidad, transparencia, honestidad e imparcialidad en el sistema judicial; además provee atención a los derechos de las personas privadas de la libertad y de sus familias, de tal manera que garantice y proteja mediante un sistema de rehabilitación social que genere oportunidades sociales y económicas.

### **2.6.10 Objetivo 10:Garantizar el acceso a la participación pública y política.**

En éste objetivo se enfatiza la participación ciudadana en la vida democrática, siendo los jóvenes mayores a 18 años, migrantes, extranjeros, militares, policías, y las personas privadas de la libertad sin sentencia, quienes pueden ejercer ese derecho; además de las comunidades, pueblos y nacionalidades, para la toma de decisiones con un bien común como: la planificación, presupuestación, gestión, control y evaluación de las políticas públicas.

“Es deber del gobierno democrático estimular la participación ciudadana y la organización social sin cooptarlas, e institucionalizar mecanismos de

participación en el Estado. Para ello se requiere garantizar la generación y el acceso a información precisa y actualizada sobre las condiciones de vida de la población; institucionalizar la obligatoriedad de la rendición de cuentas; y vigilar el cumplimiento de las normativas electorales y de las cuotas que garantizan la paridad de la representación.” PNBV (2009-2013, pp. 84)

### **2.6.11 Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.**

Este objetivo expone que debe existir un ciclo económico, una conciencia social y ambiental conjunta pero de forma responsable en cuanto al consumo, para fortalecer la soberanía alimentaria y la economía.

“La centralidad asignada al Buen Vivir y a la soberanía alimentaria y económica lleva a reubicar fines y medios del sistema económico. El fin es la reproducción de ciclos de vida, en su sentido integral, y el logro de equilibrios entre producción, trabajo y ambiente, en condiciones de autodeterminación, justicia y articulación internacional soberana.” (PNBV, 2009-2013, pp. 86)

### **2.6.12 Objetivo 12: Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.**

“Un Estado radicalmente democrático es necesariamente un Estado cercano a la ciudadanía, que se reconoce en su diversidad territorial y cultural. De ahí la necesidad de impulsar un fuerte proceso de desconcentración del ejecutivo y de descentralización hacia los Gobiernos Autónomos Descentralizados.” (PNBV, 2009-2013, pp. 87).

Se debe construir un trabajo articulado entre la gestión pública y los niveles de gobierno para complementar y alcanzar el Buen Vivir de forma organizada; impulsando la organización territorial igualitaria.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Objetivos**

##### **3.1.1 Objetivo General**

Diagnosticar la situación actual de la Comunicación del GAD Municipal del Cantón Cevallos utilizando diversos métodos de investigación.

##### **3.1.2 Objetivos Específicos**

- Investigar la realidad comunicacional interna del GAD Municipal del Cantón Cevallos mediante la aplicación de entrevistas.
- Explorar la realidad comunicacional externa del GAD mediante la aplicación de encuestas.
- Indagar sobre el uso de los canales de comunicación interna y externa del GAD mediante encuestas.

#### **3.2 Metodología**

##### **3.2.1 Tipos de estudio**

La presente investigación será de tipo cualitativo y cuantitativo. Cualitativo ya que una vez realizada la recolección de datos, estos serán analizados con la

teoría fundamentada (Grounded Theory), realizando una codificación abierta y una codificación axial hasta que exista saturación teórica con los datos emergentes. Dicho estudio se basa en descubrir la teoría desde los datos a través de un método de análisis comparativo.

Y también será Cuantitativo ya que una vez realizada la recolección de datos con la encuesta se estudiarán numéricamente las opciones seleccionadas para detectar el problema mediante un análisis.

- **Investigación exploratoria:** Esta investigación se realiza con el propósito de conocer la problemática existente dentro del GAD Municipal del Cantón Cevallos, especificar cómo está afectando actualmente y establecer procedimientos para intentar dar una solución efectiva al problema propuesto.

### **3.2.2 Métodos**

El método es descriptivo ya que se hará una descripción de los resultados obtenidos mediante la investigación de campo.

### **3.2.3 Técnicas**

Las técnicas a utilizar en el presente estudio son la encuesta y la entrevista, las cuales contarán con el apoyo de cuestionarios relacionados a la investigación y la realidad de estudio. El cuestionario de la encuesta está constituido por 10 preguntas cerradas, mientras que el cuestionario de la entrevista constituirá 9 preguntas abiertas.



Tabla 1: Técnicas


Técnica	A quién	Objetivo
Encuesta	Población económicamente activa del Cantón Cevallos.	Apuntar la encuesta para explorar la realidad comunicacional externa del GAD Municipal del Cantón Cevallos.
Entrevista	Alcalde, Vicealcalde y Concejales del Cantón.	Establecer el nivel de presencia del GAD dentro y fuera del mismo.

### 3.2.4 Detalle de las técnicas

#### 3.2.4.1 Encuesta

##### Población y muestra

Para el campo de estudio se tomó a la población económicamente activa del Cantón Cevallos. Según datos del INEC son 3771 personas.



www.ecuadorencifras.com  
www.inec.gov.ec

ECUADOR CUENTA CON EL INEC

www.ecuadorencifras.com

Título  
POBLACIÓN DE 10 Y MÁS AÑOS POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, SEGÚN PROVINCIA, CANTÓN Y PARROQUIA DE EMPADRONAMIENTO Y SEXO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Sexo	Condición de Actividad (10 y más años)		
				PEA	PEI	Total
	CEVALLOS	CEVALLOS	Hombre	2.346	912	3.258
			Mujer	1.425	2.034	3.459
			<b>Total</b>	<b>3.771</b>	<b>2.946</b>	<b>6.717</b>
		<b>Total</b>		PEA	PEI	Total
			Hombre	2.346	912	3.258
			Mujer	1.425	2.034	3.459
			<b>Total</b>	<b>3.771</b>	<b>2.946</b>	<b>6.717</b>

Gráfico13: Sociedad civil fuerte. Tomado del PNBV 2009-2013, pp. 30.

Fuente: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA (CPV-2010)

La muestra establecida se la ha tomado en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{U}{E^2(U - 1) + 1}$$

En donde:

n= muestra

E= margen de error

U= universo

$$n = \frac{3771}{(0,05)^2(3771 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{3771}{(0,0025)(3770) + 1}$$

$$n = \frac{3771}{(0,0025)(3770) + 1}$$

$$n = \frac{3771}{10,425}$$

$$n = 361$$

Una vez aplicada la fórmula respectiva, se determina que la muestra estará constituida por 361 personas económicamente activas, que pertenecen al GAD Municipal del Cantón Cevallos. Para obtener información veraz se ha desarrollado un cuestionario cerrado y por escrito lo que permite que el encuestado elija la respuesta apegado a su realidad. (Ver anexos)

Considerando que lo primordial es reconocer las necesidades de comunicación externa del GAD Municipal del Cantón Cevallos, se desarrollaron 9 preguntas con el fin de detectar dos áreas principales que son:

1. Identificar los canales de comunicación externa existentes
2. Identificar el nivel de pertinencia entre los allegados y el GAD

**Trabajo de campo:** Las encuestas se realizaron de forma impresa a 361 personas económicamente activas que forman parte del desarrollo productivo del Cantón, cada una en un lapso de 10 minutos, ante lo cual la investigación se llevó a cabo en 15 días previo citas y en horarios de trabajo.

**Codificación:** La codificación de las entrevistas se diseñó en un programa específico para tabulación de datos.

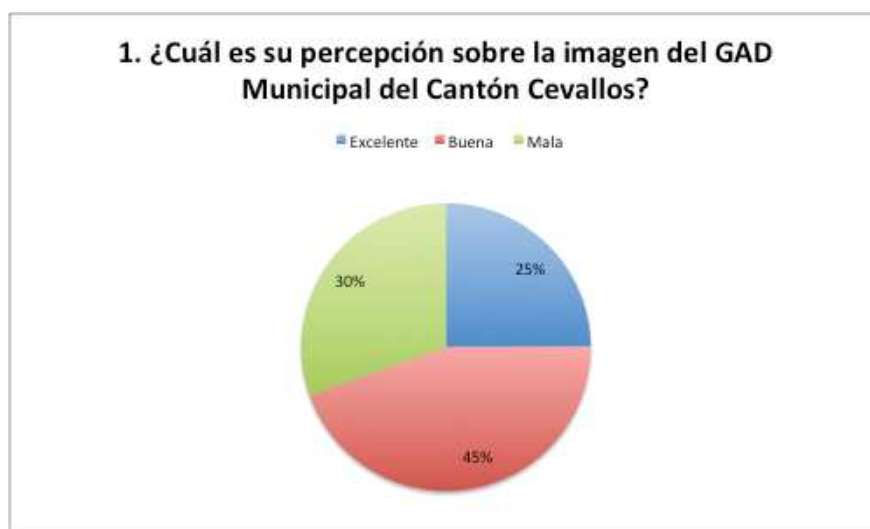
### 3.2.4.2 Gráficos e interpretación de resultados por pregunta.

#### 1. ¿Cuál es su percepción sobre la imagen del GAD Municipal del Cantón Cevallos?

Tabla2: Pregunta 1. ¿Cuál es su percepción sobre la imagen del GAD Municipal del Cantón Cevallos?

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
Excelente	90	25%
Buena	161	45%
Mala	110	30%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Gráfico 14: Pregunta 1. ¿Cuál es su percepción sobre la imagen del GAD Municipal del Cantón Cevallos?



Evidentemente la percepción de la imagen del GAD Municipal es percibida como buena en mayor porcentaje con el 45% que corresponde a 161 personas, seguida de una mala con el 30% que corresponde a 110 personas y excelente con el 25% que corresponde a 90 personas; dando un total de 361 personas encuestadas, con lo cual se concluye que la imagen del GAD es percibida como buena en un porcentaje considerable; sin embargo, debería abarcar una mayor acogida en el público.

2. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cómo calificaría la Comunicación del GAD hacia el público externo?

Tabla3: Pregunta 2. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cómo calificaría la Comunicación del GAD hacia el público externo?

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
1	15	6%
2	70	25%
3	125	40%
4	93	18%
5	58	11%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Gráfico14: Pregunta 2. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cómo calificaría la Comunicación del GAD hacia el público externo?



Este resultado indica que el 40% que corresponde a 125 personas califican la comunicación del GAD en tercer lugar, seguido con el 25% que corresponde a 70 personas en segundo lugar, el 18% que corresponde a 93 personas en cuarto lugar, el 11% que corresponde a 58 personas en quinto lugar y tan solo el 6% que corresponde a 15 personas lo califica en la escala más baja que es en primer lugar, con lo cual se concluye que la Comunicación del GAD es medianamente identificada en los públicos.

### 3. ¿De qué actividades que realiza el GAD está usted enterado?

Tabla4: Pregunta 3. ¿De qué actividades que realiza el GAD está usted enterado?

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
<b>Cambios</b>	98	27%
<b>Movimientos</b>	135	37%
<b>Proyectos</b>	83	23%
<b>Otros</b>	45	12%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Gráfico15: Pregunta 3. ¿De qué actividades que realiza el GAD está usted enterado?



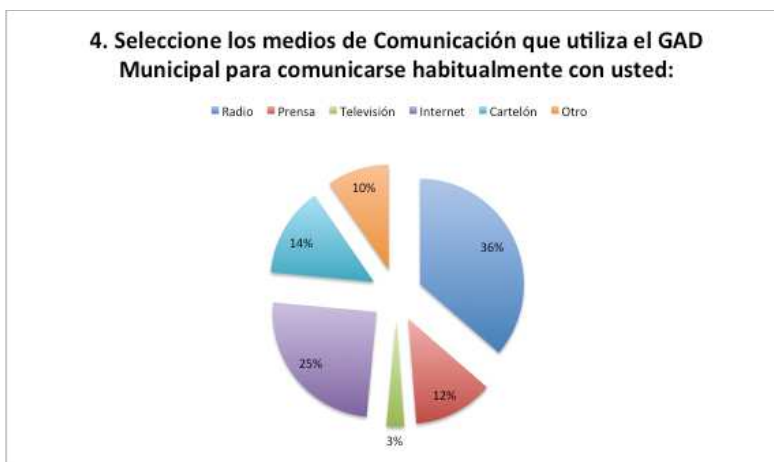
Este resultado permite establecer la percepción del público hacia lo que más están al tanto; con un 37% que corresponde a 135 personas se han enterado de los movimientos del GAD, seguido del 27% que corresponden a 98 personas están al tanto de los cambios, un 23% que corresponden a 83 personas están enterados de los proyectos y el 12% que corresponden a 45 personas están al tanto de otros movimientos que genera el GAD. Con lo que se concluye que los públicos no identifican totalitariamente las actividades del GAD y menos aún los proyectos que éste propone.

#### 4. Seleccione los medios de Comunicación que utiliza el GAD Municipal para comunicarse habitualmente con usted:

Tabla5: Pregunta 4. Seleccione los medios de Comunicación que utiliza el GAD Municipal para comunicarse habitualmente con usted

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
Radio	131	36%
Prensa	45	12%
Televisión	10	3%
Internet	90	25%
Cartelón	50	14%
Otro	35	10%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Gráfico16: Pregunta 4. Seleccione los medios de Comunicación que utiliza el GAD Municipal para comunicarse habitualmente con usted



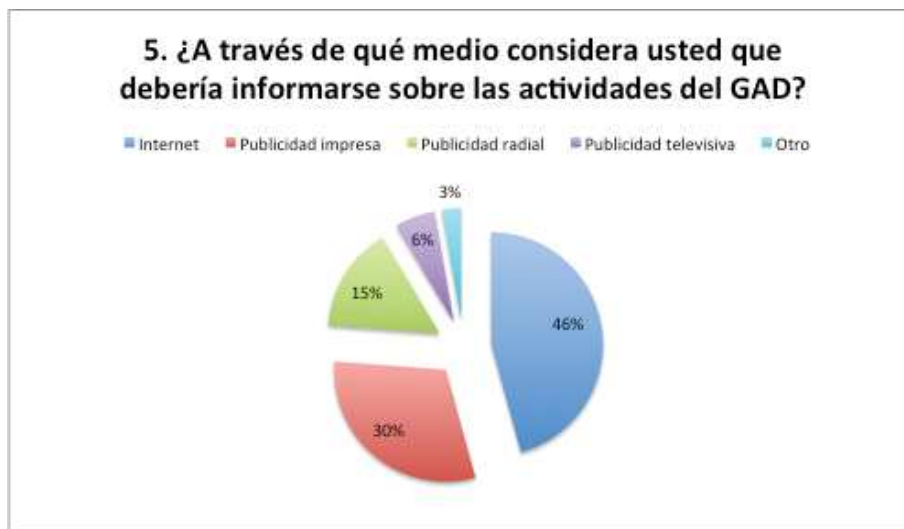
Un porcentaje de los encuestados permite identificar que habitualmente los medios de comunicación usados por el GAD son la radio con un 36% que corresponden a 131 personas, el internet con un 25% que corresponden a 90 personas, seguido del cartelón con un 14% que corresponden a 50 personas, la prensa con un 12% que corresponden a 45 personas, la opción otros con un 10% que corresponden a 35 personas y tan solo un 3% que corresponde a 10 personas escogieron la televisión; ante lo cual se percibe la aceptación de la gente a los medios por los cuales el GAD entrega información sobre sus actividades.

**5. ¿A través de qué medio considera usted que debería informarse sobre las actividades del GAD?**

**Tabla6: Pregunta 5. ¿A través de qué medio considera usted que debería informarse sobre las actividades del GAD?**

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
Internet	165	46%
Publicidad impresa	110	30%
Publicidad radial	55	15%
Publicidad televisiva	21	6%
Otro	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

**Gráfico17: Pregunta 5. ¿A través de qué medio considera usted que debería informarse sobre las actividades del GAD?**



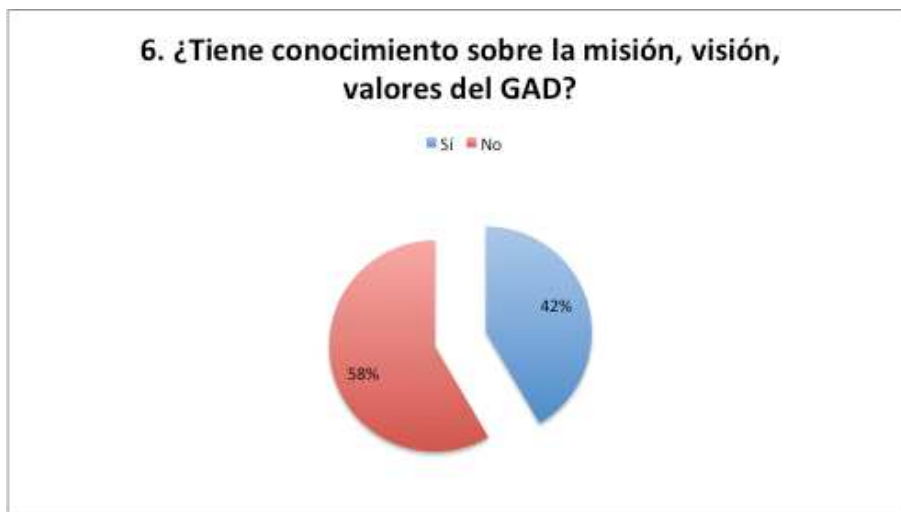
Se puede observar que con gran porcentaje el 46% de los encuestados que corresponde a 165 personas escogieron como principal medio de información el internet, seguido por un 30% que corresponde a 110 personas eligieron la publicidad impresa, con un 15% que corresponde a 55 personas la publicidad radial, el 6% que corresponde a 21 personas escogieron la publicidad televisiva y tan solo un 3% que corresponde a 10 personas eligieron otro medio para informarse sobre las actividades del GAD. A lo cual se concluye que las nuevas tecnologías tienen una gran acogida así como también la publicidad común.

## 6. ¿Tiene conocimiento sobre la misión, visión, valores del GAD?

Tabla7: Pregunta 6. ¿Tiene conocimiento sobre la misión, visión, valores del GAD?

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
<b>Sí</b>	150	42%
<b>No</b>	211	58%
<b>TOTAL</b>	361	100%

Gráfico18: Pregunta 6. ¿Tiene conocimiento sobre la misión, visión, valores del GAD?



Del 100% de los encuestados el 58% que corresponde a 211 personas desconocen sobre la misión visión y valores del GAD, y el 42% que corresponde a 150 personas las conoce. Lo cual nos da a conocer que en una mayoría de los públicos desconocen sobre la imagen del GAD.



7. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Considera usted que los líderes del GAD mantienen su compromiso para cumplir los proyectos?

Tabla8: Pregunta 7. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Considera usted que los líderes del GAD mantienen su compromiso para cumplir los proyectos?

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
1	66	18%
2	155	43%
3	80	22%
4	40	11%
5	20	6%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Gráfico19: Pregunta 7. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Considera usted que los líderes del GAD mantienen su compromiso para cumplir los proyectos?



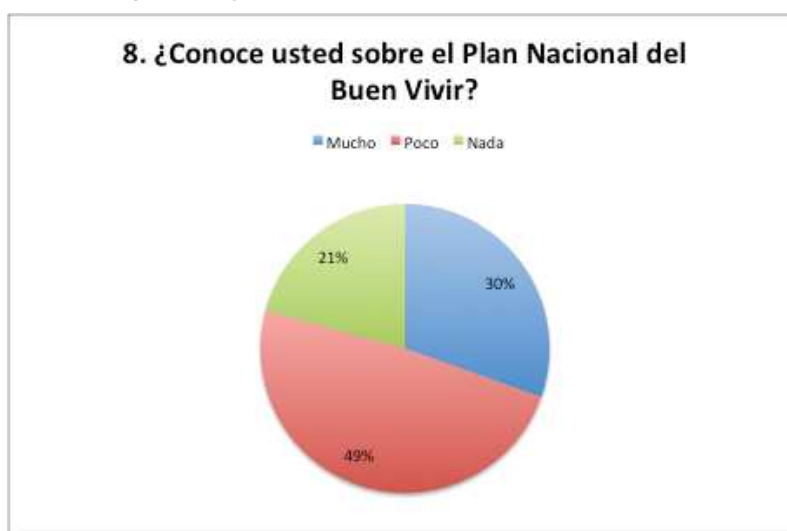
El resultado permite establecer que un 43% que corresponde a 155 personas considera que el GAD mantiene su compromiso para el cumplimiento de los proyectos en segundo lugar, el 22% que corresponde a 80 personas consideran que los cumplen en una importancia del tercer lugar, el 18% que corresponden a 66 personas lo colocan en un lugar mínimo que es el primero, el 11% que corresponden a 40 personas lo colocan en cuarto lugar, y un 6% que corresponde a 20 personas lo cataloga como excelente compromiso colocándolo en quinto lugar. Ante lo cual se concluye que en una gran mayoría las personas no consideran que los líderes del GAD mantienen su compromiso para cumplir los proyectos.

## 8. ¿Conoce usted sobre el Plan Nacional del Buen Vivir?

Tabla9: Pregunta 8. ¿Conoce usted sobre el Plan Nacional del Buen Vivir?

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
<b>Mucho</b>	110	30%
<b>Poco</b>	176	49%
<b>Nada</b>	75	21%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Gráfico20: Pregunta 8. ¿Conoce usted sobre el Plan Nacional del Buen Vivir?



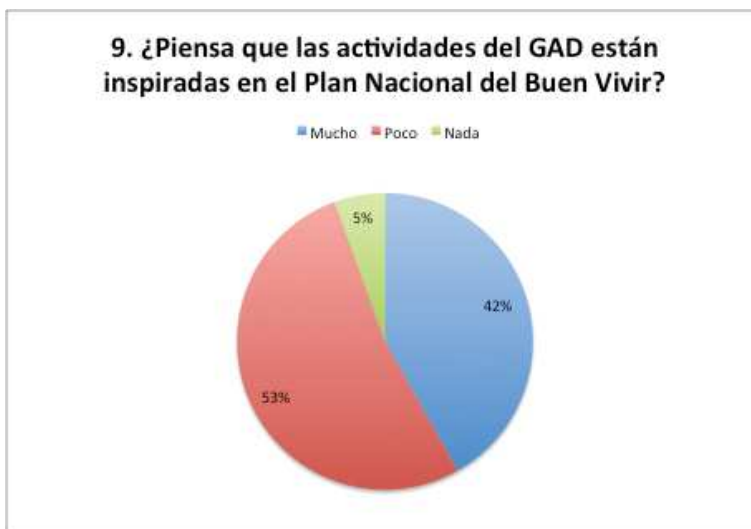
Existe una respuesta positiva en cuanto al conocimiento del PNBV; el 49% que corresponde a 176 personas conocen poco sobre el PNBV, seguido con un 30% que corresponde a 110 personas conocen mucho sobre el PNBV y tan solo un 21% que corresponde a 75 personas no conocen nada sobre el PNBV. Lo cual nos ayuda a estimar que existe un conocimiento en la mayoría de personas sobre el Plan Nacional del Buen Vivir y en un porcentaje mínimo lo desconocen completamente.

## 9. ¿Piensa que las actividades del GAD están inspiradas en el Plan Nacional del Buen Vivir?

Tabla10: Pregunta 9. ¿Piensa que las actividades del GAD están inspiradas en el Plan Nacional del Buen Vivir?

OPCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
<b>Mucho</b>	151	42%
<b>Poco</b>	190	53%
<b>Nada</b>	20	6%
<b>TOTAL</b>	<b>361</b>	<b>100%</b>

Gráfico21: Pregunta 9. ¿Piensa que las actividades del GAD están inspiradas en el Plan Nacional del Buen Vivir?



Un porcentaje considerable del 53% que corresponden a 190 encuestados concluye que las actividades del GAD están poco inspiradas en el PNBV, mientras que el 42% que corresponden 151 encuestados mencionan que están muy ligadas y tan solo un 6% que corresponden a 20 encuestados concluye como nada relacionado. Ante lo cual se concluye que en su gran mayoría los encuestados relacionan las actividades del GAD al Plan Nacional del Buen Vivir.

## Conclusiones de las encuestas

- A pesar del nivel de importancia que le otorga el GAD Municipal del Cantón Cevallos a la comunicación externa, es evidente que existe una percepción de una imagen medianamente destacada, los mecanismos de comunicación empleados están difusos, lo cual influye en el nivel de satisfacción de los públicos externos, a pesar de tener resultados medianamente positivos de algunas de las preguntas; además se puede percibir que en un porcentaje del público encuestado reconoce poco la misión, visión y valores que promueve el GAD.
- La percepción del público externo sobre las actividades del GAD, es que se percibe pero no se han destacado o reforzado para dar a conocer de mejor manera a la población debido a los canales de comunicación empleados por el GAD, sin embargo, existe un nivel de apreciación en el cual reconocen que se debería entregar información por internet como fuente primordial para entregar información, así como también publicidad impresa y radial de forma representativa.
- Por otro lado, la gente percibe medianamente que el GAD cumple con los proyectos de una forma comprometida; el Plan Nacional del Buen Vivir es poco conocido dentro del sector y además es poco relacionado con los proyectos del GAD.
- Es evidente que, al no contar con un departamento de comunicación instituido se dificulta la entrega de información y los canales de distribución de la misma no son muy acertados para llegar a los públicos externos. Se ha tratado de difundir información desde el Frente Sur Occidental que es una de las organizaciones anexadas a los GAD del Cantón Tungurahua; sin embargo la gestión que se realiza dentro del GAD del Cantón Cevallos es poco promovida al exterior, ante lo cual se corta y distorsiona la entrega de información concreta.

### 3.2.4.3 Entrevistas

Para el desarrollo de las entrevistas se toma en cuenta al Alcalde, Vicealcalde y Concejales del Cantón.

#### Entrevista 1

Tabla 11: Entrevista 1

<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO:</b>	Sr. Bayardo Constante E.
<b>CARGO:</b>	Alcalde del Cantón Cevallos
<b>FECHA DE LA ENTREVISTA:</b>	23/01/14

#### Resultados generales de la entrevista al Señor Alcalde

- Existen varias debilidades al no contar con un área definida para el manejo de la comunicación interna y externa dentro de la institución.
- Los colaboradores del GAD en sus funciones individuales tienen claro su rol; sin embargo, no existe mayor apoyo a otras áreas, incluidas las de comunicación.
- Los canales de comunicación interna son básicos y están constituidos principalmente por memos y llamadas telefónicas.
- La información transmitida dentro del GAD es parcialmente adecuada ya que no existen mecanismos adecuados para su entrega.
- El GAD cumple con la aplicación de la misión, visión y valores en la gestión del Cantón, puesto que los liderazgos son medidos desde la gestión de la autoridad cantonal.
- La información requerida se presenta oportunamente; sin embargo presenta dificultades ya que muchas veces no se apega a la realidad; es decir se presenta información incompleta o cambiada.
- Los proyectos del GAD se relacionan al PNBV, ya que las exigencias se orientan a todo orden legal y de participación ciudadana que son los pilares para la gestión del GAD.

## Entrevista 2

Tabla 12: Entrevista 2

<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO:</b>	Dr. Luciano Soria V.
<b>CARGO:</b>	Vicealcalde del Cantón Cevallos
<b>FECHA DE LA ENTREVISTA:</b>	23/01/14

### Resultados generales de la entrevista al Señor Vicealcalde

- La comunicación hacia el público interno no está manejada correctamente, existen dificultades al momento de entregarla de forma adecuada debido a una mala comprensión de los requerimientos.
- La información es manejada estratégicamente de forma estructurada, tomando decisiones en conjunto; sin embargo no siempre se llega a un consenso.
- No existen planes estratégicos de comunicación creados o implementados por el GAD.
- Al no contar con un departamento de comunicación la información muchas veces no se entrega adecuadamente, esto dificulta la retroalimentación, en los procesos, los tiempos y los desarrollos estratégicos de trabajo.
- Los canales de distribución no funcionan de forma adecuada al momento de entregar información, se debería mejorar la comunicación dentro del GAD, mejorando la comunicación entre departamentos y generando nuevos canales que ayuden a manejar de mejor manera la comunicación interna del GAD.
- Es urgente e importante engranar varias áreas del GAD y viabilizar de mejor manera la generación estratégica de proyectos o manejo de información interna.

### Entrevista 3

Tabla 13: Entrevista 3

<b>NOMBRES DE LOS ENTREVISTADOS:</b>	Sr. Edwin Barona Lcdo. Willian Flores Ab. Mauricio Miranda Dr. Paco Miranda Ing. Hilda Miranda Ing. Alfredo Villacís
<b>CARGO:</b>	Concejales del Cantón Cevallos
<b>FECHA DE LA ENTREVISTA:</b>	23/01/14

#### Resultados generales de la entrevista a Concejales del Cantón Cevallos

- Se desconoce en su mayoría los procesos para el desarrollo de planes estratégicos del GAD, ya que el Municipio carece de los mismos.
- El GAD sí desarrolla proyectos relacionados al PNBV, ya que es una exigencia legal y la Municipalidad ha puesto énfasis en la obra pública y en el mejor uso y aprovechamiento de ésta.
- La comunicación interna y externa es deficiente ya que no existe un departamento que se encargue directamente del manejo de la comunicación del GAD.
- Los concejales cumplen con las funciones de legislar, fiscalizar, lo cual significa que tienen un alto grado de participación en la toma de decisiones de los proyectos de la Municipalidad.
- Los canales de comunicación internos del GAD no son los adecuados para el proceso de información ya que no se opera con un sistema real de comunicación.

#### Resultados generales de la investigación

- Los mecanismos de comunicación empleados son difusos, lo cual influye en el nivel de satisfacción de los públicos externos.
- Los canales de comunicación empleados por el GAD no se encuentran reconocidos por el público externo, sin embargo, reconocen que se

debería entregar información por internet, así como también publicidad impresa y radial. Los canales de comunicación interna son básicos y están constituidos principalmente por memos y llamadas telefónicas.

- La gente percibe medianamente la imagen del GAD; además reconoce que se cumple con los proyectos de una forma comprometida.
- Al no contar con un departamento de comunicación instituido se dificulta la entrega de información y los canales de distribución de la misma no son muy acertados para llegar a los públicos tanto externos como internos.
- El GAD cumple con la aplicación de la misión, visión y valores en la gestión del Cantón, puesto que los liderazgos son medidos desde la gestión de la autoridad cantonal.
- Los proyectos del GAD se relacionan al PNBV, ya que las exigencias se orientan a todo orden legal y de participación ciudadana que son los pilares para la gestión del GAD.
- La información es manejada estratégicamente de forma estructurada, tomando decisiones en conjunto, sin embargo no siempre se llega a un consenso. La información requerida se presenta oportunamente sin embargo presenta dificultades ya que muchas veces no se apega a la realidad.
- Se debería mejorar la comunicación dentro del GAD, optimizando la comunicación entre departamentos y generando nuevos canales que ayuden a manejar la comunicación interna del GAD.
- Se desconoce en su mayoría los procesos para el desarrollo de planes estratégicos del GAD, ya que el Municipio carece de los mismos.
- El GAD desarrolla proyectos relacionados al PNBV, ya que es una exigencia legal y la Municipalidad ha puesto énfasis en la obra pública y en el mejor uso y aprovechamiento de ésta, aunque el PNBV es poco conocida dentro del sector y además es poco relacionada con los proyectos del GAD.



- La comunicación interna y externa es deficiente ya que no existe un departamento que se encargue directamente del manejo de la comunicación del GAD.
- Los concejales cumplen con las funciones de legislar, fiscalizar, lo cual significa que tienen un alto grado de participación en la toma de decisiones de los proyectos de la Municipalidad.
- Los canales de comunicación internos del GAD no son los adecuados para el proceso de información ya que no se opera con un sistema real de comunicación; la información muchas veces no se entrega adecuadamente esto dificulta la retroalimentación, en los procesos, los tiempos y los desarrollos estratégicos de trabajo.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1 Introducción**

El Plan Estratégico de Comunicación para el GAD del Cantón Cevallos requiere de una planificación estructurada, de forma organizada, en base al análisis del entorno, fijando metas, estrategias consecuentes a los objetivos y que definan el proyecto a desarrollar.

Dicho plan además vislumbra un conjunto de acciones que se desarrollan en base a un análisis y objetivos, que persiguen una meta fundamental que será la base primordial para efectuar una comunicación fluida y juiciosa en la institución; dichas acciones a largo plazo servirán para que la alta gerencia, mandos medios y públicos externos, puedan fortalecer sus relaciones productivas y de comunicación.

Este proceso será participativo para cumplir los objetivos, comprometiendo a los actores de la institución, ya que de ellos dependerá el nivel de asertividad en el cumplimiento del mismo.

En éste capítulo se resumirán las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que resultan del entorno a la actividad del GAD Municipal del Cantón Cevallos. Este DAFO se realiza partiendo de la investigación aplicada

en el capítulo anterior; lo cual servirá para la realización posterior del Plan Estratégico de Comunicación.

## 4.2 Análisis DAFO

Tabla 14: Análisis DAFO1

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con el apoyo Gubernamental.</li> <li>• Los Gobiernos Autónomos Descentralizados manejan sus propios recursos.</li> <li>• Los colaboradores del GAD tienen claro su rol.</li> <li>• El GAD cumple con la aplicación de la misión, visión y valores en la gestión del Cantón.</li> <li>• Los proyectos del GAD sí se relacionan al PNBV ya que son parámetros de medición que deben cumplirse.</li> <li>• Actualmente se destinan recursos necesarios para el fortalecimiento de los GAD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen medianamente destacada por la población económicamente activa del Cantón.</li> <li>• Mecanismos de comunicación externa difusos.</li> <li>• Los canales de comunicación interna son limitados (memos y llamadas)</li> <li>• La información transmitida dentro del GAD no es entregada de forma adecuada por falta de mecanismos de interrelación entre departamentos.</li> <li>• No existen planes estratégicos de comunicación.</li> <li>• No cuentan con un departamento de comunicación que se encargue del manejo de información interna y externa.</li> <li>• Canales de comunicación externos poco eficaces para compartir información a los públicos externos.</li> <li>• Muchas veces la información tanto interna como externa; no es manejada estratégicamente en tal virtud llega incompleta o a destiempo.</li> </ul>

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se reconoce medianamente la misión, visión y valores del GAD por la población económicamente activa del Cantón.</li> <li>• Se conoce medianamente el PNBV por la población económicamente activa del Cantón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe apertura del Gobierno y la directiva para el crecimiento y desarrollo del GAD mediante proyectos productivos en el Cantón.</li> <li>• Posibilidad de apoyo de empresas destacadas del Cantón.</li> </ul>

### 4.3 Objetivos

#### 4.3.1 Objetivo General

Desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación enfocado en el paradigma del Buen Vivir para el GAD Municipal del Cantón de Cevallos con el fin de mejorar los niveles informativos de la gestión municipal.

#### 4.3.2 Objetivos específicos

- Mejorar la comunicación interna entre los altos mandos y los subalternos.
- Fortalecer la cultura organizacional y la interacción entre los departamentos del GAD.
- Fortalecer canales de comunicación externa.
- Fortalecer la relación entre el GAD y los medios de comunicación.

- Fortalecer la imagen del GAD municipal mediante la utilización de líderes de opinión.

#### 4.4 Públicos

- **Directivos (Alcalde, Vicealcalde, Concejales)**; son los altos mandos, y forman uno de los pilares fundamentales en la toma de decisiones dentro del GAD.
- **Departamentos del GAD**; son las áreas que componen la estructura interna del GAD.
- **Población económicamente activa del cantón**; es el público externo pertinente al cual se dirigirán las acciones del GAD.
- **Medios de comunicación**; tales como diario El Heraldito, La Hora, Ambavisión, TV Color Canal 36; que serán los encargados de llevar la información concerniente al GAD y sus actividades.
- **Líderes de opinión**; como los jefes sectoriales.

#### 4.5 Matriz estratégica

Tabla 15: Matriz estratégica1

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO	ESTRATEGIA
Desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación enfocado en el paradigma del Buen Vivir para el GAD Municipal del Cantón Cevallos con el fin de mejorar los niveles	Robustecer la comunicación interna entre los altos mandos y los subalternos.	• Directivos.	• Importancia del manejo de información y el trabajo en equipo. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su

informativos de la gestión municipal.		<p>diversidad de formas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución de información interna para promover el diálogo y mejoramiento continuo. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.</li> </ul>
---------------------------------------	--	--

Tabla 16: Matriz estratégica2

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>PÚBLICO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>
<p>Desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación enfocado en el paradigma del Buen Vivir para el GAD Municipal del Cantón Cevallos con el fin de mejorar los niveles informativos de la gestión municipal.</p>	<p>Fortalecer la cultura organizacional y la interacción entre los departamentos del GAD.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamentos del GAD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar actividades internas para el conocimiento de la Filosofía Corporativa en los públicos. Como se menciona en el Objetivo 2 PNBV: Para mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.</li> <li>• Fortalecer el</li> </ul>

		<p>sentido de pertenencia del público interno con el GAD de forma igualitaria mejorando la calidad del entorno. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Implicar a los departamentos con el fin de trabajar de forma conjunta, organizada y estructurada.</li></ul> <p>Como se menciona en el Objetivo 2 PNBV: Para mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.</p>
--	--	--

Tabla 17: Matriz estratégica3

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO	ESTRATEGIA
<p>Desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación enfocado en el paradigma del Buen Vivir para el GAD Municipal del Cantón Cevallos con el fin de mejorar los niveles informativos de la gestión municipal.</p>	<p>Fortalecer canales de comunicación externa.</p>	<p>• Población económicamente activa del cantón.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar estrategias que impliquen herramientas de comunicación para el conocimiento de las acciones del GAD. Como se menciona en el Objetivo 3 PNBV: Para mejorar la calidad de vida de la población.</li> <li>• Vincular a la población con las actividades del GAD. Como se menciona en el Objetivo 7 PNBV: Para construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.</li> </ul>



Tabla 18: Matriz estratégica4

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>PÚBLICO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>
Desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación enfocado en el paradigma del Buen Vivir para el GAD Municipal del Cantón Cevallos con el fin de mejorar los niveles informativos de la gestión municipal.	Fortalecer la relación entre el GAD y los medios de comunicación local.	• Medios de comunicación.	• Desarrollar lazos de unión entre los medios de comunicación y el GAD. Como se menciona en el Objetivo 10 PNBV: Garantizando el acceso a la participación pública y política.

Tabla 19: Matriz estratégica5

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>PÚBLICO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>
Desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación enfocado en el paradigma del Buen Vivir para el GAD Municipal del Cantón Cevallos con el fin de mejorar los niveles informativos de la gestión municipal.	Fortalecer la imagen del GAD municipal mediante la utilización de líderes de opinión.	• Líderes de opinión.	• Vincular a los líderes con las actividades del GAD. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

## 4.6 Matriz táctica

Tabla 20: Matriz Táctica1

Objetivo: Robustecer la comunicación interna entre los altos mandos y los subalternos.		
Estrategia	Acción	Responsable
<ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia del manejo de información y el trabajo en equipo. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un <b>Departamento de Comunicación</b> para el GAD. <b>Sub acción</b> designar al comunicador para que administre los medios de comunicación ante el GAD y sus actividades. (Ver anexo organigrama)</li> <li>Implementar <b>Protocolos de manejo</b> de la información de forma organizada y congruente con las necesidades de los altos mandos. <b>Sub Acción:</b> Visita de trabajo, intercambio de compañeros de área, dos horas al año, para que se conozcan y sepan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección de talento humano</li> <li>Comunity manager</li> <li>Capacitador externo - Dirección de talento humano</li> </ul>

	<p>que hace cada departamento. (Ver anexo políticas de comunicación)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Charla</b> psicológica <b>Por:</b> Dra. Marlene Macías <b>En dónde:</b> dentro del GAD, <b>Cada cuánto:</b> semestral <b>Temas:</b> trabajo en equipo, motivación y liderazgo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitador externo - Dirección de talento humano</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución de información interna para promover el diálogo y mejoramiento continuo. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un entorno amigable de <b>intranet</b> para el manejo de información; conjuntamente con herramientas interactivas y de retroalimentación como aulas virtuales, chats, entre otros; que ayuden a fortalecer la comunicación interna y entrega de información oportuna. <b>Sub acción:</b> Crear un</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de Comunicación – Community Manager</li> </ul>

	<p>sistema de almacenamiento de información para que sea localizada en un solo punto. (Ver Anexo el modelo de la interfaz con temas colores y manejo institucional.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar <b>boletines internos digitales</b></li> </ul> <p><b>Temas:</b> acciones de la institución dentro de los públicos del GAD para mantener informados a sus colaboradores</p> <p><b>Cada cuánto tiempo:</b> Mensuales</p> <p><b>En dónde:</b> Mail. (Ver anexo modelo boletín)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de <b>campañas internas</b> de comunicación que fomenten la puntualidad y orden al momento de la entrega de información por parte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de Comunicación – talento humano</li> <li>• Director de comunicación – Talento humano</li> </ul>
--	--	--

	<p>de los departamentos, que confluyan a la satisfacción laboral del trabajo cumplido.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Mailing:</b> Generar notas que sean enviadas por correo electrónico.</li></ul> <p><b>Temas:</b> Fechas importantes, temas de interés, eventos sociales, entre otros.</p> <p><b>Tiempo:</b> Diariamente.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Director de comunicación – Community Manager</li></ul>
--	---	--

Tabla 21: Matriz Táctica2

Objetivo: Fortalecer la cultura organizacional y la interacción entre los departamentos del GAD.		
Estrategia	Acción	Responsable
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar actividades internas para el conocimiento de la Filosofía Corporativa en los públicos. Como se menciona en el Objetivo 2 PNBV: Para mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Video institucional</b> que evidencie la filosofía Corporativa del GAD proyectado en pantallas del GAD, web e intranet de forma constante.</li> <li>Implementar el <b>Manual de Imagen Corporativa</b> y Señalética y su uso. (Ver anexo Manual)</li> <li><b>Protectores de pantalla</b> sobre la Filosofía Corporativa hacia los colaboradores. (Ver anexo protectores)</li> <li><b>Manual de inducción digital</b> que permita a los colaboradores conocer aspectos importantes de la institución, fundamentalmente las políticas de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección de comunicación</li> <li>Director de comunicación – Diseñador gráfico</li> <li>Director de comunicación – Dis</li> <li>Director de comunicación</li> </ul>

	<p>personal que le afectarán; con el fin de que se integre rápida y adecuadamente a la institución y a su grupo de trabajo. (Ver anexo manual de inducción)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer el sentido de pertenencia del público interno con el GAD de forma igualitaria mejorando la calidad del entorno. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar <b>mañanas deportivas</b> con agasajo en el día del trabajador</li> <li>Integrar a los colaboradores mediante una <b>cena Navideña</b>.</li> <li><b>Gafetes corporativos</b> para fortalecer el sentimiento de pertinencia e imagen de la institución. (Ver anexo gafetes)</li> <li>Actualizar las <b>carteleras</b> con <b>temas de:</b> reglamentos institucionales, información de la institución, noticias mundiales, salud,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección de comunicación y talento humano.</li> <li>Dirección de comunicación y talento humano.</li> <li>Director de comunicación – Diseñador gráfico</li> <li>Director de comunicación – Diseñador gráfico</li> </ul>

	<p>cortesía, eventos sociales, como cumpleaños, eventos de trascendencia como fechas importantes <b>cada</b> semana. (Ver anexo modelo de cartelera)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reconocimientos</b> a los colaboradores de manera que se evidencie y estimule su participación en logros institucionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento Humano</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implicar a los departamentos con el fin de trabajar de forma conjunta, organizada y estructurada. Como se menciona en el Objetivo 2 PNBV: Para mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reuniones entre departamentos</b> de forma <b>semanal</b> con el fin de tratar <b>temas</b> como detectar falencias posibles en la entrega de información.</li> <li>• <b>Planificar la gestión</b> de la institución con la participación puntual de cada departamento a fin de que éstos puedan trabajar de manera conjunta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de comunicación y secretaria general</li> </ul>



Tabla 22: Matriz Táctica3

Objetivo: Fortalecer canales de comunicación externa.		
Estrategia	Acción	Responsable
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar estrategias que impliquen herramientas de comunicación para el conocimiento de las acciones del GAD. Como se menciona en el Objetivo 3 PNBV: Para mejorar la calidad de vida de la población.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Artículo para revista y web</b> en donde se establezca actividades pasadas o realizadas y cronograma con acciones futuras para mantener a la colectividad informada de lo que se hizo y se va a hacer dentro del GAD de forma anual. (Ver anexo formato de artículo)</li> <li><b>Actualizar la página web del GAD</b>, para mantener un medio de publicación fijo, renovado y constante con la comunidad; que permita un feedback inmediato.</li> <li>Mantener la <b>Revista Institucional física</b> actualizando información que contenga <b>temas</b> como la Filosofía Corporativa, actividades y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección de comunicación – Diseñador gráfico</li> <li>Community Manager</li> <li>Director de comunicación – Departamento financiero.</li> </ul>

	<p>proyectos del GAD, e implementarla en la página del GAD como <b>revista virtual, dirigida</b> al público interno y externo con una <b>periodicidad</b> trimestral distribuida mediante el GAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vallas informativas</b> en donde se publique periódicamente sobre las acciones y proyectos del GAD de forma trimestral; colocada en el Parque Central, Mercado, Edificio del GAD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de comunicación – Diseñador gráfico</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vincular a la población con las actividades del GAD. Como se menciona en el Objetivo 7 PNBV: Para construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denuncias y reclamos mediante <b>buzón de sugerencias</b> colocados estratégicamente en el GAD y revisada diariamente.</li> <li>• Participación en reuniones de concejo mensualmente mediante el uso de la <b>silla vacía</b>, lo que implica ser parte de ellas con opción a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todas las dependencias</li> </ul>

	<p>opinar e identificar acciones del GAD por el Cantón.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Crear actividades rotativas, itinerantes con la participación de la comunidad en <b>arte y cultura</b> para brindar información sobre el GAD, cada quimestre en el centro del Cantón.</li><li>• Trabajar con el programa de <b>seguridad ciudadana</b> y brigada barrial, brindando voz y voto a las directivas de los barrios para tratar temas de seguridad mediante trabajo conjunto, de forma bimestral en cada sector del cantón.</li><li>• <b>Capacitar a los barrios</b> para manejar correctamente temas de seguridad ciudadana, de forma bimestral, en cada sector del cantón.</li></ul>	
--	---	--

Tabla 23: Matriz Táctica4

Objetivo: Fortalecer la relación entre el GAD y los medios de comunicación local.		
Estrategia	Acción	Responsable
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar lazos de unión entre los medios de comunicación y el GAD. Como se menciona en el Objetivo 10 PNBV: Garantizando el acceso a la participación pública y política.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contratar un <b>espacio en un medio de comunicación</b> televisiva y radial a nivel regional durante una hora semanal para informar al público sobre las actividades y proyectos del municipio.</li> <li>Crear <b>boletines de prensa</b> con el fin de cubrir las actividades relevantes organizadas por el GAD de manera semanal, para que sean publicados en los diarios del sector.</li> <li><b>Visita a los medios</b> de comunicación, ruedas de prensa, entrevistas y reportajes de manera quincenal en la que participen las autoridades del GAD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección de comunicación</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una <b>base de datos</b> con los medios de comunicación y reporteros de campo que puedan cubrir las actividades del GAD.</li> </ul> <p><b>Sub Acción:</b> Mantener comunicación constante con los reporteros designados a cubrir la información del GAD.</p>	
--	---	--

Tabla 24: Matriz Táctica5

<p>Objetivo: Fortalecer la imagen del GAD municipal mediante la utilización de líderes de opinión.</p>		
Estrategia	Acción	Responsable
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vincular a los líderes con las actividades del GAD. Como se menciona en el Objetivo 6 PNBV: Garantizando el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar <b>base de datos</b> para identificar a los <b>líderes</b>.</li> <li>• Reuniones trimestrales para generar <b>convenios de cooperación</b> con el GAD.</li> </ul>	Dirección de Comunicación

## 4.7 Cronograma de acciones

ACCIONES	CRONOGRAMA*																																																					
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE									
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48						
Departamento de Comunicación																																																						
Protocolos de manejo																																																						
Charla																																																						
Intranet																																																						
Boletines internos digitales																																																						
Campañas internas																																																						
Mailing																																																						
Video institucional																																																						
Manual de imagen y señalética																																																						
Protector de pantalla																																																						
Manual de inducción digital																																																						
Mañanas deportivas																																																						
Gafetes corporativos																																																						
Cena Navideña																																																						
Cartelera																																																						
Reconocimientos																																																						
Reuniones entre departamentos																																																						
Planificar la gestión																																																						
Artículo para revista y web																																																						
Actualizar la página web del GAD																																																						
Revista Institucional física																																																						
Vallas informativas																																																						
Buzón de sugerencias																																																						
Silla vacía																																																						
Arte y cultura																																																						
Seguridad ciudadana																																																						
Capacitar barrios																																																						
Espacios en medios de com.																																																						
Boletines de prensa																																																						
Visita a los medios																																																						
Base de datos medios																																																						
Base de datos líderes																																																						
Convenios de cooperación																																																						

## 4.8 Presupuesto

Tabla 25: Presupuesto

ACCIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	MÉTODO DE FINANCIAMIENTO
Departamento de Comunicación	1	3000	3000	ESTADO
Protocolos de manejo	1	0	0	GAD*
Charla	1	300	300	GAD**
Intranet	269	0	0	GAD*
Boletines internos digitales	12	0	0	GAD*
Campañas internas	12	0	0	GAD*
Mailing	269	0	0	GAD*
Video institucional	3	1200	3600	ESTADO
Manual de imagen y señalética	1	1300	1300	ESTADO
Protector de pantalla	12	0	0	GAD*
Manual de inducción digital	1	0	0	GAD*
Mañanas deportivas	1	1000	1000	GAD**
Gafetes corporativos	30	0,25	7,5	GAD*
Cena Navideña	1	1000	1000	GAD**
Cartelera	48	0	0	GAD*
Reconocimientos	1	300	300	GAD*
Reuniones entre departamentos	48	0	0	GAD*
Planificar la gestión	48	0	0	GAD*
Artículo para revista y web	0	0	0	GAD*
Actualizar la página web del GAD	269	0	0	GAD*
Revista Institucional física	25000	0,25	6250	ESTADO
Revista Institucional física a digital	1	0	0	GAD*
Vallas informativas	12	150	1800	ESTADO
Buzón de sugerencias	3	15	45	ESTADO
Silla vacía	12	0	0	GAD**
Arte y cultura	2	800	1600	GAD**
Seguridad ciudadana	6	100	600	GAD**
Capacitar barrios	6	100	600	GAD**
Espacios en medios de com.	96	250	24000	ESTADO
Boletines de prensa	48	0	0	GAD*
Visita a los medios	96	0	0	GAD*
Base de datos medios	1	0	0	GAD*
Base de datos líderes	1	0	0	GAD*
Convenios de cooperación	4	100	400	GAD**

SUBTOTAL	45802,5
10% IMPREVISTOS	4580,25
PRESUPUESTO TOTAL (USD)	50382,75

\* Se generan propios ingresos

\*\* Convenios

## 4.9 Evaluación

Tabla 26: Evaluación1

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE OBJETIVO	NIVEL DE EVALUACIÓN	ACCIONES	INSTRUMENTO	INDICADOR
Robustecer la comunicación interna entre los altos mandos y los subalternos.	Informativo	Básico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un Departamento de Comunicación para el GAD. Sub acción designar al comunicador para que administre los medios de comunicación ante el GAD y sus actividades. (Ver anexo organigrama)</li> </ul>	Encuesta trimestral	# Respuestas positivas / # de encuestados
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar Protocolos de manejo de la información de forma organizada y congruente con las necesidades de los altos mandos. Sub Acción: Visita de trabajo, intercambio de compañeros de área, dos horas al año, para que se conozcan y sepan que hace cada departamento. (Ver anexo políticas de comunicación)</li> </ul>	Grupo focal	# Respuestas positivas / # colaboradores
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Charla psicológica Por: Dra. Marlene Macías En donde: dentro del GAD, Cada cuanto: semestral Temas: trabajo en equipo, motivación y liderazgo.</li> </ul>	Conteo de asistentes	# Asistentes / # Invitados
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear un entorno amigable de intranet para el manejo de información; conjuntamente con herramientas interactivas y de retroalimentación como aulas virtuales, chats, entre otros; que ayuden a fortalecer la comunicación interna y entrega de información oportuna. Sub acción: Crear un sistema de almacenamiento de información para que sea localizada en un solo punto. (Anexo el modelo de la interfaz con temas colores y manejo institucional.)</li> </ul>	Nivel de satisfacción	# Valoraciones positivas / # visitantes
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar boletines internos digitales Temas: acciones de la institución dentro de los públicos del GAD para mantener informados a sus colaboradores Cada cuanto tiempo: Mensuales En donde: Mail. (Ver anexo modelo boletín)</li> </ul>	Encuesta	# Respuestas positivas / # colaboradores
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de campañas internas de comunicación que fomenten la puntualidad y orden al momento de la entrega de información por parte de los departamentos, que confluyan a la satisfacción laboral del trabajo cumplido.</li> </ul>	Encuesta	# Respuestas positivas / # colaboradores
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Mailing: Generar notas que sean enviadas por correo electrónico. Temas: Fechas importantes, temas de interés, eventos sociales, entre otros. Tiempo: Diariamente.</li> </ul>	Tasa de apertura	# mails abiertos / # colaboradores



Tabla 27: Evaluación2

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE OBJETIVO	NIVEL DE EVALUACIÓN	ACCIONES	INSTRUMENTO	INDICADOR
Fortalecer la cultura organizacional y la interacción entre los departamentos del GAD.	Motivacional	Intermedio	• Video institucional que evidencie la filosofía Corporativa del GAD proyectado en pantallas del GAD, web e intranet de forma constante.	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			• Implementar el Manual de Imagen Corporativa y Señalética y su uso. (Ver anexo Manual)	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			• Protectores de pantalla sobre la Filosofía Corporativa hacia los colaboradores. (Ver anexo protectores)	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			• Manual de inducción digital que permita a los colaboradores conocer aspectos importantes de la institución, fundamentalmente las políticas de personal que le afectarán; con el fin de que se integre rápida y adecuadamente a la institución y a su grupo de trabajo. (Ver anexo manual de inducción)	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			• Desarrollar mañanas deportivas con agasajo en el día del trabajador	Control de asistencia	# Asistentes / # Invitados
			• Integrar a los colaboradores mediante una cena Navideña.	Control de asistencia	# Asistentes / # Invitados
			• Gafetes corporativos para fortalecer el sentimiento de pertinencia e imagen de la institución. (Ver anexo gafetes)	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			• Actualizar las carteleras con temas de: reglamentos institucionales, información de la institución, noticias mundiales, salud, cortesía, eventos sociales, como cumpleaños, eventos de trascendencia como fechas importantes cada semana. (Ver anexo modelo de cartelera)	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			• Reconocimientos a los colaboradores de manera que se evidencie y estimule su participación en logros institucionales	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			• Reuniones entre departamentos de forma semanal con el fin de tratar temas como detectar falencias posibles en la entrega de información.	Focus Group	# respuestas positivas / # colaboradores
• Planificar la gestión de la institución con la participación puntual de cada departamento a fin de que éstos puedan trabajar de manera conjunta.	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores			

Tabla 28: Evaluación3

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE OBJETIVO	NIVEL DE EVALUACIÓN	ACCIONES	INSTRUMENTO	INDICADOR
Fortalecer canales de comunicación externa.	Cambio de actitud	Avanzado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Artículo para revista y web en donde se establezca actividades pasadas o realizadas y cronograma con acciones futuras para mantener a la colectividad informada de lo que se hizo y se va a hacer dentro del GAD de forma anual. (Ver anexo formato de artículo)</li> </ul>	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # población económicamente activa
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualizar la página web del GAD, para mantener un medio de publicación fijo, renovado y constante con la comunidad; que permita un feedback inmediato.</li> </ul>	Conteo de visitas	# visitas / # población económicamente activa
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener la Revista Institucional física actualizando información que contenga temas como la Filosofía Corporativa, actividades y proyectos del GAD, e implementarla en la página del GAD como revista virtual, dirigida al público interno y externo con una periodicidad trimestral distribuida mediante el GAD.</li> </ul>	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # publicaciones
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Vallas informativas en donde se publique periódicamente temas sobre las acciones y proyectos del GAD de forma trimestral; colocada en el Parque Central, Mercado, Edificio del GAD.</li> </ul>	Sondeo de opinión	# visitas / # población económicamente activa
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Denuncias y reclamos mediante buzón de sugerencias colocados estratégicamente en el GAD diariamente y revisada de forma mensual.</li> </ul>	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en reuniones de concejo mensualmente mediante el uso de la silla vacía, lo que implica ser parte de ellas pero sin opción a opinar sino más bien identificar acciones del GAD por el Cantón.</li> </ul>	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # colaboradores
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear actividades rotativas, itinerantes con la participación de la comunidad en arte y cultura para brindar información sobre el GAD, cada quimestre en el centro del Cantón.</li> </ul>	Entrevistas	# respuestas positivas / # entrevistados
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajar con el programa de seguridad ciudadana y brigada barrial, brindando voz y voto a las directivas de los barrios para tratar temas de seguridad mediante trabajo conjunto, de forma bimestral en cada sector del cantón.</li> </ul>	Entrevistas	# respuestas positivas / # entrevistados
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitar a los barrios para manejar correctamente temas de seguridad ciudadana, de forma bimestral, en cada sector del cantón.</li> </ul>	Entrevistas	# respuestas positivas / # entrevistados

Tabla 29: Evaluación4

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE OBJETIVO	NIVEL DE EVALUACIÓN	ACCIONES	INSTRUMENTO	INDICADOR
Fortalecer la relación entre el GAD y los medios de comunicación local.	Motivacional	Intermedio	• Contratar un espacio en un medio de comunicación televisiva y radial a nivel regional durante una hora semanal para informar al público sobre las actividades y proyectos del municipio.	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # programas
			• Crear boletines de prensa con el fin de cubrir las actividades relevantes organizadas por el GAD de manera semanal, para que sean publicados en los diarios del sector.	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # programas
			• Visita a los medios de comunicación, ruedas de prensa, entrevistas y reportajes de manera quincenal en la que participen las autoridades del GAD.	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # programas
			• Crear una base de datos con los medios de comunicación y reporteros de campo que puedan cubrir las actividades del GAD. Sub Acción: Mantener comunicación constante con los reporteros designados a cubrir la información del GAD.	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # personas
Fortalecer la imagen del GAD municipal mediante la utilización de líderes de opinión.	Motivacional	Intermedio	• Generar base de datos para identificar a los líderes.	Sondeo de opinión	# respuestas positivas / # personas
			• Reuniones trimestrales para generar convenios de cooperación con el GAD.	Entrevistas	# respuestas positivas / # entrevistados

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- La falta de un Plan Estratégico de Comunicación afecta de manera interna y externa al GAD ya que no se estructuran de forma correcta la construcción de imaginarios ciudadanos desde la institucionalidad municipal, impiden la generación de signos sociales de identificación institucional.
- La falta de un Manual de Identidad Corporativa y Señalética impiden el buen uso y aplicación adecuada de los identificadores institucionales.
- La ausencia de políticas de comunicación en el GAD impiden un desarrollo congruente en el cumplimiento de funciones y actividades que se desarrollan en varios aspectos como: manejo de información, medios de comunicación, artículos, desempeño.
- La imagen del GAD no es muy reconocida en los públicos, ya que al no contar con un departamento de comunicación que maneje aspectos comunicacionales no se fortalecen desde una misma perspectiva.
- La mecanismos así como los canales de comunicación empleados no tienen una estructura definida lo que hace que la entrega de información no sea clara, además son muy básicos lo que provoca el manejo de información carente.
- El GAD cumple con la aplicación de la misión, visión y valores de la institución en sus proyectos; sin embargo, no existe un manual de identidad definido para el uso correcto de la marca y señalética.

- El GAD no ha desarrollado Planes Estratégicos de comunicación sin embargo para los proyectos que ahí se desarrollan se toma muy en cuenta el Plan Nacional del Buen Vivir.
- El manejo de información a pesar de desarrollarla de forma estructural por lo general no se llega a consensos para la toma de decisiones debido a un carente manejo de comunicación existente.
- Los canales de comunicación internos del GAD no son los adecuados para el proceso de información ya que no se opera con un sistema real de comunicación; la información muchas veces no se entrega adecuadamente esto dificulta la retroalimentación, en los procesos, los tiempos y el desarrollo estratégico de trabajo.

## **5.2 Recomendaciones**

- Implementar el Plan Estratégico de comunicación que aporte al fortalecimiento de imaginarios colectivos en los ciudadanos.
- Implementar un departamento de comunicación que se encargue de aspectos comunicacionales de la institución de forma efectiva.
- Fortalecer los canales de comunicación internos y externos para potenciar la imagen de la institución.
- Desarrollar un manual de Identidad Corporativa así como el de Señalética, con el fin de implementar el uso correcto de los identificadores institucionales.
- Desarrollar Planes Estratégicos que aporten al desarrollo institucional y del Cantón, con innovación en proyectos, inversiones, flujo de información.
- Desarrollar Políticas que permitan un correcto manejo de información dentro y fuera de la institución.
- Fortalecer los canales de comunicación implementando herramientas tecnológicas innovadoras, charlas, y relaciones directas con los públicos internos y externos para que se de a conocer de mejor manera el GAD.
- Aplicar las revistas impresas de forma digital en la Web del GAD.

## REFERENCIAS

- Báez, C. (2000). *La Comunicación Efectiva*. (1a. Ed.). Santo Domingo, República Dominicana: Editora Búho.
- Báez, C. (2011). *Cuaderno 35*. (1a. Ed.). Buenos Aires, Argentina: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] N° 35.
- Costa, J. (2008). *Diseñar para los ojos*. (2a. Ed.). Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.
- Costa, J. (2008). *Señalética corporativa*. (2a. Ed.). Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.
- Costa, J. (2009). *DirCom Estratega de la Complejidad*. (1a. Ed.). Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Publicaciones de la Universitat de València.
- Costa, J. (2010). *El DirCom Hoy*. (2a. Ed.). Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.
- Costa, J. (2010). *La Comunicación 10 voces esenciales*. (1a. Ed.). Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.
- Costa, J., Grupo E. D. (2005). *Master DirCom Los Profesores tienen la palabra*. (1a. Ed.). La Paz, Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Enrique, A., Madroñero, M., Morales, F., Soler, P. (2008). *La planificación de la comunicación empresarial*. Barcelona, España: Col.lecció Materials, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Frutiger, A. (2007). *Signos, símbolos, marcas, señales*. (1a. Ed.). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Fuentes, S. (2009). *Master DirCom*. Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.
- García, J. (1998). *La Comunicación Interna*. (1a. Ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz Santos, S.A.
- Garrido, F. (2003). *Lo que se aprende en los mejores MBA*. (1a. Ed.).

Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000 S.A.

- González, C. (2012). *Principios Básicos de Comunicación*. (3a. Ed.): División Comercial Calzada de la Viga, México: Editorial Trillas.
- Icart, M., Pulpón, A., Garrido, E., Delgado, P. (1997). *Como elaborar y presentar un proyecto de investigación, una tesina y una tesis (Metodología 19)*. Barcelona, España: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Losada, J. *Cultura organizacional y comunicación interna*. Material teórico, sf, pp. 59
- Manucci, M. (2004). *Comunicación corporativa estratégica*. Bogotá, Colombia: Editorial SAF Grupo.
- Manucci, M. (2006). *La Estrategia de los cuatro círculos*. Bogota, Colombia: Editorial Norma S.A.
- Martín, F. (1997). *Comunicación en Empresas e Instituciones*. (2a. Ed.). Salamanca, España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Matilla, K. (2008). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*. (1a. Ed.). Barcelona, España: Carrera edició, S.L.
- Míguez, M. (2010). *Los públicos en relaciones públicas*. (1a. Ed.). Barcelona, España: Carrera edició, S.L.
- Moles, A. (2009). *La Imagen Comunicación Funcional*. (1a. Ed.). División Comercial Calzada de la Viga, México: Editorial Trillas.
- Paoli, A. (2011). *Comunicación e Información*. (3a. Ed.): División Comercial Calzada de la Viga, México: Editorial Trillas.
- Rojas, I. (2000). *Teoría de la Comunicación: una introducción crítica*. (1a. Ed.). Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Sanz, M., González, M. (2005). *Identidad corporativa: Claves de la comunicación empresarial*. Barcelona, España: Esic Editorial.
- SENPLADES. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 - 2013*. (1a. Ed.). Quito, Ecuador.
- Soler, P. (2008). *La planificación estratégica y el account planner*. [www.portalcomunicación.com](http://www.portalcomunicación.com) | Lecciones del portal.

Zenteno, O. (2012). *El Plan Estratégico de Comunicación – Master DirCom*  
– on-line – *Texto Teórico Metodológico de Base.*



## **ANEXOS**

## ANEXOS

### ANEXO MODELO ENCUESTA

#### ENCUESTA SOBRE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS.

El presente cuestionario está orientado a determinar la percepción ciudadana frente a la gestión pública del GAD; tomando en cuenta que las respuestas no comprometen ningún aspecto de su gestión y sus resultados ayudarán a mejorar varios aspectos importantes del GAD.

**Indicación: marque con una x la respuesta de su selección**

**1. ¿Cuál es su percepción sobre la imagen del GAD Municipal del Cantón Cevallos?**

- Excelente (        )  
Buena (        )  
Mala (        )

**2. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cómo calificaría la Comunicación del GAD hacia el público externo?**

- 1 (    )    2 (    )    3 (    )    4 (    )    5 (    )

**3. ¿De qué actividades que realiza el GAD está usted enterado?**

- Cambios (    )  
Movimientos (    )  
Proyectos (    )  
Otros. Especifique \_\_\_\_\_

**4. Seleccione los medios de Comunicación que utiliza el GAD Municipal para comunicarse habitualmente con usted:**

Radio ( )

Prensa ( )

Televisión ( )

Internet ( )

Cartelón ( )

Otro \_\_\_\_\_

**5. ¿A través de qué medio considera usted que debería informarse sobre las actividades del GAD?**

Internet ( )

Publicidad impresa ( )

Publicidad radial ( )

Publicidad televisiva ( )

OTRO especifique \_\_\_\_\_

**6. ¿Tiene conocimiento sobre la misión, visión, valores del GAD?**

Si ( ) No ( )

**7. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Considera usted que los líderes del GAD mantienen su compromiso para cumplir los proyectos?**

1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( )

**8. ¿Conoce usted sobre el Plan Nacional del Buen Vivir?**

Mucho ( ) Poco ( ) Nada ( )

**9. ¿Piensa que las actividades del GAD están inspiradas en el Plan Nacional del Buen Vivir?**

Mucho ( ) Poco ( ) Nada ( )

**GRACIAS POR SU COOPERACIÓN**

## **ANEXO MODELO ENTREVISTAS**

### **ENTREVISTA ALCALDE**

#### **ENTREVISTA DIRIGIDA AL ALCALDE SOBRE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS.**

El presente cuestionario está orientado al Alcalde del Cantón para determinar la percepción interna frente a la gestión pública del GAD; tomando en cuenta que las respuestas no comprometen ningún aspecto de su gestión y sus resultados ayudarán a mejorar varios aspectos importantes del GAD.

1. ¿La Comunicación del GAD hacia el público interno según su opinión está manejada correctamente?
2. ¿Todos los colaboradores del GAD tienen claro el rol que desempeñan?
3. ¿Cuáles son los medios o canales de comunicación interna del GAD?
4. ¿Considera usted que se transmite adecuadamente la información dentro del GAD?
5. ¿ Considera usted que el GAD cumple con su misión, visión, valores en la gestión del Cantón?
6. ¿Tiene la información requerida oportunamente y sin dificultades?
7. ¿Considera usted que los proyectos del GAD están bien relacionados con el PNBV?

## ENTREVISTA VICEALCALDE

### ENTREVISTA DIRIGIDA AL VICEALCALDE SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS.

El presente cuestionario está orientado al Vicealcalde para determinar la percepción interna frente a la gestión pública del GAD; tomando en cuenta que las respuestas no comprometen ningún aspecto de su gestión y sus resultados ayudarán a mejorar varios aspectos importantes del GAD.

1. ¿La Comunicación del GAD hacia el público interno según su opinión está manejada correctamente?
2. ¿Considera que se maneja estratégicamente la información en el desarrollo de los proyectos del GAD?
3. ¿Conoce usted sobre Planes Estratégicos de Comunicación que haya creado e implementado el GAD?
4. ¿La información que se entrega le llega adecuadamente y a tiempo?
5. ¿Considera usted que los canales de comunicación internos del GAD son los adecuados en los procesos de información?

## ENTREVISTA CONCEJALES

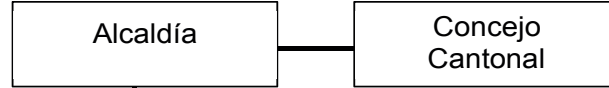
### ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CONCEJALES SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS.

El presente cuestionario está orientado a los concejales para determinar la percepción interna frente a la gestión pública del GAD; tomando en cuenta que las respuestas no comprometen ningún aspecto de su gestión y sus resultados ayudarán a mejorar varios aspectos importantes del GAD.

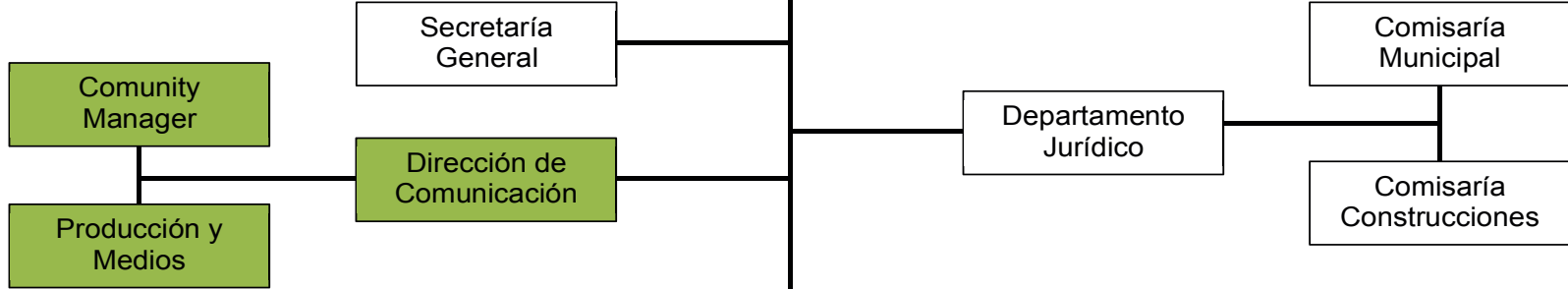
1. ¿Conoce usted los procesos para el desarrollo de Planes Estratégicos del GAD?
2. ¿Considera usted que el GAD desarrolla proyectos relacionados al PNBV?
3. ¿Conoce usted sobre Planes Estratégicos de Comunicación que haya creado e implementado el GAD?
4. ¿Cual es el rol que desempeña en el desarrollo de los proyectos del GAD?
5. ¿Considera usted que los canales de comunicación internos del GAD son los adecuados en los procesos de información?

## ANEXO ORGANIGRAMA

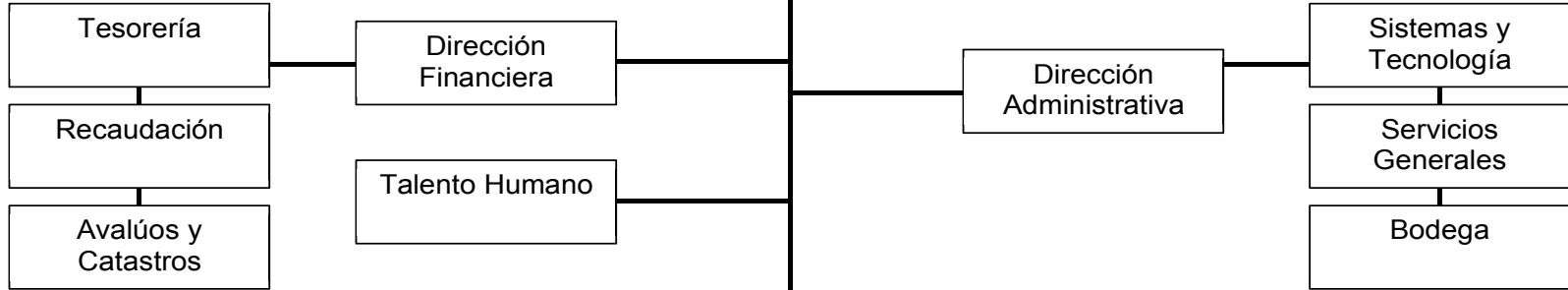
Directivo



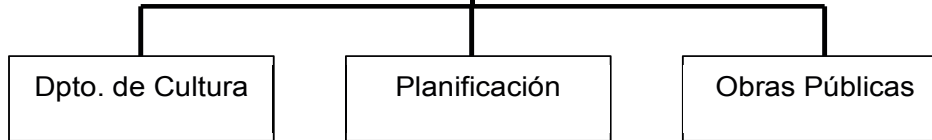
Asesoría



Apoyo



Operativo



## **ANEXO POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN**

### **1. Introducción**

La Comunicación es el mecanismo fundamental que viabiliza y consigue objetivos o metas en las instituciones, ya que debe gestionar de manera consciente dicho proceso; en éste medio se encuentran implicados varios parámetros como son la información pública, que por derecho los ciudadanos deben conocer por ser una entidad del Estado, facilitando así procesos y acciones en el ámbito Municipal.

Dentro del Plan Estratégico de Comunicación establecido para el GAD Municipal del Cantón Cevallos, se ha visto la necesidad de promover una Política de Comunicación que apoye el cumplimiento de la visión y misión de forma conjunta, el manejo de información, la mejora en las relaciones de comunicación de internas y externas, apoyados al PNBV y buscando el beneficio individual y colectivo de los públicos.

En base a lo mencionado se define en este documento las políticas de Comunicación Interna y Externa, buscando a la par del uso tecnológico establecer procedimientos que sean congruentes a la mejora continua, y al fortalecimiento de pertinencia, la interacción con el público externo, comunicando e informando en tiempos establecidos, aplicando herramientas que faciliten llegar a los públicos de una manera confiable.

Se define también el manejo de medios de información, que aporten a la fortaleza en la institución y el óptimo desarrollo de los servicios.



## **2. Objetivo General:**

Entregar oportunamente información vital del GAD Municipal del Cantón Cevallos para garantizar el desarrollo en las actividades dentro del GAD y con la comunidad.

## **3. Objetivos Específicos:**

- Optimizar el flujo de información y mensajes que se manejan dentro del GAD y fuera de él.
- Proponer información actualizada de manera oportuna a los públicos.
- Priorizar el cumplimiento y compromiso del GAD ante los medios para cumplir con demandas actuales de información.

## **4. Comunicación Interna:**

Dentro del GAD la información se maneja teniendo en cuenta los actores que intervienen: emisor, receptor y su interacción constante; en base a tres aspectos fundamentales:

- Comunicación descendente: Mensajes emitido desde la dirección a los colaboradores del GAD.
- Comunicación ascendente: Desde los colaboradores hacia la escala jerárquica pertinente. (Feedback, sugerencias, consultas).
- Comunicación horizontal: Comunicación entre el mismo nivel. (coordinación de actividades, resolución de conflictos)

### **a. Proceso de construcción para gestionar la comunicación interna**

Se busca priorizar el manejo de información y la pertinencia de los públicos internos mediante el aporte, cooperación, motivación, seguimiento, compromiso, responsabilidad de los colaboradores, para transmitir identidad y generar una imagen positiva en los públicos externos; cumpliendo metas y respetando la misión, visión y valores institucionales, que promuevan una comunicación eficaz.

Todo esto dando prioridad a los colaboradores como fuente fundamental del engranaje institucional, desarrollando capacidades de comunicación multidireccional, que confluyan a conseguir metas concretas de forma más ágil, eficiente y eficaz como también de competencia; fomentando la interacción cooperativa, fortaleciendo espacios de discusión estructurando y manejando de mejor manera el trabajo conjunto.

Por ello se debe fortalecer los niveles de comunicación organizacional del GAD de la siguiente manera:

- **Nivel individual:** Comunicación interpersonal en los colaboradores, que desarrollen la entrega de un mensaje e información oportuna en el GAD.
- **Nivel organizacional:** Trabajo conjunto para el cumplimiento de metas institucionales.
- **Nivel grupal:** Trabajo colaborativo en equipos para la ejecución de proyectos.
- **Nivel de competitividad:** Capacitaciones que aporten al desempeño laboral de los colaboradores, el crecimiento de habilidades y competencias comunicativas en la entrega de información.

## b. Canales de Comunicación interna

- **Comité de Dirección:** Presidido por el Alcalde con participación activa del Vicealcalde, Concejales, Director de Comunicación, representantes de los diferentes departamentos, con el fin de dirigir el desarrollo sustentable del GAD así como los proyectos asociados a las comunidades, acciones y estrategias.
- **Sub Dirección:** Participan Vicealcalde, Concejales, el Director de Comunicación, líderes de los proyectos, de manera periódica cada mes.
- **Reuniones Departamentales:** Participan el Alcalde, Vicealcalde, Concejales, Director de Comunicación y personal que se requiera dependiendo la organización, siendo las reuniones semanales, para tratar temas de falencias y aspectos relevantes en la entrega de información.
- **Charlas:** Que aporten al desempeño laboral de los colaboradores.
- **Campañas internas:** que ayuden a fomentar la puntualidad y el orden para la entrega de información.
- **Circulares Mensuales:** El Alcalde conjuntamente con el Director de Comunicación emitirán de forma periódica mensual circulares informativos de forma digital con instrucciones y orientación para el desarrollo y atención en diferentes aspectos relacionados al GAD.
- **Manual de identidad y señalética:** Promueve el uso correcto de los identificadores institucionales.
- **Gafetes:** Material impreso que identifique el colaborador, y el departamento al que pertenece.
- **Protectores de Pantalla:** sobre la Filosofía Corporativa del GAD dirigida a los colaboradores de la institución.
- **Videos institucionales:** Que fortalezcan la pertinencia a la institución además de ser informativos con la gestión, proyectos y acciones del GAD.
- **Carteleras informativas:** Relacionadas a los temas noticias, sociales, proyectos y novedades de manera semanal.

- **Mailing: Correo electrónico institucional:** Envío y recepción de información relevante, notas, que aporten a la comunicación instantánea, ágil y eficaz entre departamentos.
- **Boletín Interno Digital:** Instrumento de información dirigido a público interno; pretende la divulgación de la información sobre la gestión, proyectos y actividades relacionadas al GAD.
- **Mañanas deportivas:** Día del trabajador, en donde se desarrollarán espacios de integración entre los colaboradores del GAD.
- **Cena Navideña:** que integre a los colaboradores del GAD.
- **Intranet:** Red interna institucional creada con el fin de promover el manejo activo de la información efectiva, en tiempo real, con noticias, novedades, reglamentos, chats, foros, capacitaciones, con un espacio designado también un lugar específico para recopilar la documentación sobresaliente de la institución. La administración del contenido es responsabilidad del departamento de comunicación así como su diseño y actualizaciones.
- **Memos:** Entregados por las dependencias en un formato establecido.

### c. Imagen Institucional

Dentro del Plan Estratégico de Comunicación del GAD Municipal del Cantón Cevallos se ve la necesidad de implementar un manual de identidad visual corporativo y señalética, con el fin de estimular el buen uso de los identificadores. Por ello se ponen a disposición los aspectos que deberán emplearse en las acciones de la misma:

- **Articular la Identidad Institucional**

El GAD unificará la identidad gráfica en todos los recursos que se emplee la marca institucional.

- **Simplificar y normar materiales impresos**

Normalizar la utilización de la identidad gráfica en material impreso que se lo emplee a nivel interno y externo empleando formatos estandarizados dentro del manual.

- **Posicionar la Imagen del GAD**

El GAD proporciona los parámetros establecidos de los identificadores para cualquier evento que requiera.

#### **d. Público interno**

Construir una pertinencia institucional logrando que siempre estén informados a detalle de las situaciones, proyectos, acciones del GAD, confabulando a construir una visión compartida entre toda la institución tomando en cuenta que el trabajo que desarrollan es el pilar fundamental para que la institución camine a pasos agigantados siempre y cuando se cumplan objetivos y metas trazados.

### **5. Comunicación Externa**

La comunicación externa del GAD Municipal del Cantón Cevallos está proyectada para mantener una interacción con los públicos externos, así como fortalecer relaciones y la imagen favorables de la institución por medio de los proyectos y acciones del GAD.

#### **a. Proceso de comunicación externa**

Para el GAD es fundamental tener en cuenta la percepción de los públicos externos que aunque no forman parte de la institución están vinculados con la mismo; aquí se orienta la política para que los públicos externos conozcan

sobre proyectos, acciones y noticias del GAD y que promuevan una imagen positiva del GAD.

#### **b. Canales de comunicación externa**

La comunicación con los medios y públicos externos se hará a través de los siguientes espacios:

- **Boletín de Prensa:** Instrumento de información dirigido a medios de comunicación y público externo; pretende la divulgación de la información sobre la gestión y actividades relacionadas al GAD.
- **Programa en TV y Radio:** espacio de información dedicado a mencionar actividades institucionales, propende dar a conocer sobre las gestiones del GAD, tips para los ciudadanos, compromisos.
- **Rueda de prensa:** Acto informativo para convocar a los medios de comunicación, dirigida por el Alcalde como vocero oficial del GAD apoyado por el Departamento de Comunicación, Vicealcalde, Concejales, con el fin de compartir opiniones públicas, hechos institucionales, aspectos relevantes.
- **Revista institucional:** Ofrece rendición de cuentas anuales, será entregada de forma impresa y digital (en la web).
- **Artículo para revista y web:** en donde se establezca un cronograma de actividades pasadas y futuras para mantener a la colectividad informada de lo que se hizo y se va a hacer dentro del GAD de forma anual.
- **Vallas informativas:** en donde se publique periódicamente sobre las acciones y proyectos del GAD de forma trimestral; colocada en edificios del Cantón.
- **Buzón de sugerencias:** colocados estratégicamente en el GAD y revisada diariamente.
- **Silla vacía:** ser parte de reuniones de la Directiva con previo aviso, con opción de opinar e identificar acciones del GAD.

- **Actividades rotativas itinerantes:** con temas de arte y cultura para brindar información sobre el GAD, cada quimestre en el centro del Cantón.
- **Página web:** Portal interactivo que ofrece información sobre el GAD, acciones, proyectos, leyes, logros alcanzados, cronogramas de actividades anual, convenios, noticias, imágenes, identificadores institucionales. El Departamento de comunicación se encargará de su diseño y mantención al día.

### **c. Público externo**

La Política de Comunicación busca optimizar la entrega de información suficiente, veraz y oportuna a los públicos externos del GAD sobre las acciones, proyectos, convenios y los resultados de su actuación, como herramienta para la toma de decisiones, para promover y demostrar la gestión institucional, fortaleciendo la imagen positiva del GAD como Municipalidad eficiente, la cual será medida periódicamente.

## ANEXO MODELO DE INTERFAZ



\* La fotografía utilizada en éste modelo de interfaz fue tomada de la página <http://www.cevallos.gob.ec/#>



## ANEXO MODELO BOLETÍN INTERNO DIGITAL

The image shows a template for a digital internal bulletin. At the top, there is a header bar with a white background on the left and a green background on the right. On the left side of the header, there is a logo of the Municipality of Cevallos, which is a shield with a green and red design. Below the logo, the text reads "GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS". On the right side of the header, there is a red and green logo of a horse head, followed by the word "CEVALLOS" in white capital letters and the slogan "Cada vez mejor...!" in a smaller font.

Below the header is a green banner with the text "BOLETÍN INFORMATIVO" in white capital letters, followed by "JUNIO 2014" and "MIÉRCOLES" in green capital letters, separated by a vertical line.

The main body of the bulletin is a light gray area with a white border. It contains two large rectangular boxes, each with a white outline and a large white 'X' across it. The word "TEXTO" is written in white capital letters in the center of each box, indicating where text should be placed.

# BOLETÍN INFORMATIVO

JUNIO 2014

MIÉRCOLES

Compañeros y compañeras del GAD:

Saludos Cordiales desde la Alcaldía de GAD Municipio de Cantón Cevallos.

Nos complace compartir el cuarto número de boletín informativo para ustedes. Este número enfatiza el liderazgo y la participación de algunos compañeros con los GAD a nivel Provincial.

Agradecemos a los colaboradores comprometidos por tomar la posta en esta tarea:

1. Antonio Guamaní del GAD Municipio del Cantón Cevallos, que ha puesto a su cargo el proyecto "jóvenes han levantado conciencia contra el bullying" en el Cantón de Cevallos.
2. Arelis Lizano del GAD Municipio del Cantón Cevallos, que ha puesto a su cargo el proyecto "simosio de Jóvenes reconociendo la realidad social" en el Cantón de Cevallos.
3. Sandra Peñafiel del GAD Municipio del Cantón Cevallos, que ha puesto a su cargo el proyecto "Líderes estudiantiles promoviendo el cambio social" en el Cantón de Cevallos.
4. María Méndez del GAD Municipio del Cantón Cevallos, que ha puesto a su cargo el proyecto "Sexualidad en Acción" en el Cantón de Cevallos.

5. Gloria Fernandez del GAD Municipio del Cantón Cevallos, que ha puesto a su cargo el proyecto "movimiento contra la trata infantil" en el Cantón de Cevallos.

6. Fiona Crespo del GAD Municipio del Cantón Cevallos, que ha puesto a su cargo el proyecto "Diálogo con autoridades" en el Cantón de Cevallos.

En relación con las actividades de la institución, se pretende señalar que el 10 de junio, será entregado el Premio al proyecto GADiano y compromiso social por logros alcanzados. Este premio reconoce los años desempeñados de lucha, esfuerzo y dedicación por salir adelante en contra de los abusos de los/las Niños, Niñas y Adolescentes del Cantón.

Buena lectura y seguimos en contacto,



Hipatia Galarza  
DirCom GAD

# ANEXO MANUAL DE IDENTIDAD Y SEÑALÉTICA BÁSICO



**INTRODUCCIÓN**

Este documento es una guía para homologar la aplicación de la identidad gráfica del GAD Municipal del Cantón Cevallos, es un documento de uso interno que deberá ser empleado como referencia en el uso de la identidad gráfica del GAD, ya sea en su señalización del espacio físico, socialización, publicitario, digital, como material o publicitario.

**INDICE**

<b>PRIMERA PARTE – LA INSTITUCIÓN</b>	3
1. SEÑALAMIENTO OFICIAL	4
2. MISIÓN Y VISIÓN	4
3. OBJETIVOS Y VALORES	6
<b>SEGUNDA PARTE - IDENTIFICADORES</b>	7
1. SÍMBOLOS	8
a. Bandera	8
b. Escudo	9
c. Marca Cevallos	10
2. COMBINACIÓN GEOMÉTRICA	11
3. TIPOGRAFÍA	15
4. COLORES	14
5. USO ADECUADO	16
6. TAMAÑO MÍNIMO	17
7. VARIACIONES DEL LOGO AUTORIZADA	18
8. COLORES DEL FONDO AUTORIZADO	19
9. VERSIONES	21
10. PROHIBICIONES	22
<b>TERCERA PARTE – APLICACIONES</b>	26
1. PAPELERÍA OFICIAL	26
a. Hoja libre mercada	26
b. Carpeta	27
c. Carpeta Corporativa	28
d. Sobre	29
e. La maleta de - Maleta	30
3. ELEMENTOS PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS	31
<b>CUARTA PARTE - SEÑALÉTICA</b>	32
a. Señal	33
b. Señalética	34
<b>CUARTA PARTE - TERMINOLOGÍA</b>	36

## PRIMERA PARTE LA INSTITUCIÓN

4

### RESEÑA HISTÓRICA


En la primera mitad del siglo 20, la estación del ferrocarril de Cevallos es el suero un lugar más cercano al centro, lo que le convierte en un sitio estratégico para la comercialización de productos agropecuarios provenientes del orquídeo (guayaba y naranja), y de mercancías como ganado y veneno de la zona, la ciudad crece alrededor de este eje vial-comercial. La relación de sus habitantes con la zona industrial con elementos arquitectónicos de las edificaciones del lugar de las que hoy poseen carácter patrimonial por su vinculación geográfica y dinam a comercial la plaza se consolida entre la zona regional donde se comercializa la producción agropecuaria de los cantones vecinos en especial de Quito.

A raíz del conflicto de transportes de 1992 en Quito se consolida a falta de opciones los días martes y se crea la feria agrícola, disminuyendo la actividad comercial en Cevallos los días jueves, consolidando la feria dominica.

A partir de los años 70, el Proyecto Tungurahua, promueve la hidroenergía como alternativa productiva, introduciendo nuevas variedades de frutas, incrementando el área cultivada en frutas, si bien hasta hoy la principal fuente generadora de riqueza en el cantón. En los 90 se construye la carretera y se crea en servicio el canal de riego Ambato-Luachi-Pollock, beneficiando a

amplios sectores agrícolas del cantón. La falta de respuesta local ante la ausencia de políticas de protección del Estado, sumada a la crisis económica nacional y al impacto de los fenómenos naturales, se convirtió hoy a la hidroenergía en una actividad poco rentable.

A raíz de la producción frutícola, otras fuentes generadoras de riqueza de la población es la ganadería menor (cuyes y conejos), avicultura familiar y en pequeñas empresas, a esto se le suma la explotación de papa, dulces y productos de aceites entre otros.



**GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN CEVALLOS**

5

## MISIÓN / VISIÓN

Planear, implementar y sostener las acciones del desarrollo de gobierno local. Diseñar los proyectos de obras y servicios con calidad y oportunidad, que aseguren el desarrollo social y económico de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales y dentro de un marco de transparencia y ética institucional y con el uso óptimo de los recursos humanos, materiales, tecnológicos, capacitados y motivados.

En los próximos cinco años, se constituirá en Gobierno Local siendo un ejemplo del desarrollo de la región y contará con una organización interna, altamente eficiente, que administre productos y servicios competitivos con la demanda de la sociedad y capaz de asumir los nuevos roles vinculados con el desarrollo, con identidad cultural y de género, descentralizado y optimizado los recursos, que asegure la calidad de vida de la población basados en leyes, ordenanzas y reglamentos impulsados por sus autoridades y apoyado por la comunidad.

6

## VALORES / OBJETIVOS

Los valores definen el compromiso con los colaboradores, nuestro ambiente y nuestros estándares. Ellos son la guía de trabajo y sirven como se debe actuar con cada uno de los integrantes de la empresa:

- **Personas:** Asegurando las oportunidades de desarrollo sobre la base del mérito y la capacitación profesional.
- **Trabajo en equipo:** Fomentando la participación de todos para lograr un objetivo común, compartiendo ideas y los conocimientos.
- **Conducta Ética:** Actuando con profesionalismo, integridad moral, honestidad y respeto a las personas.
- **Orientación al servicio público:** Centrándonos al bienestar en la satisfacción del público, aportando soluciones creativas y de calidad.
- **Innovación:** Promoviendo la mejora continua y la innovación para alcanzar la máxima calidad cada uno de los resultados.
- **Orientación a Resultados:** Dirigiendo las acciones hacia la consecución de los objetivos del proyecto institucional y de la rentabilidad para sus partes interesadas.
- **Comunidad y Medio Ambiente:** Consumiendo de forma social y cultura con la comunidad. Adaptando estrategias empresariales a la preservación del Medio Ambiente.

**Objetivo General**  
Construir la varedona "Ciudad de Buen Vivir".

**Objetivos Específicos:**

- **Atender:** la cobertura de servicios en saneamiento ambiental (agua potable, alcantarillado y residuos sólidos) así como mejorar la atención a usuarios de los servicios.
- **Promover** un ambiente sano y saludable en el cantón.
- **Promover** la movilidad universal y sustentable en el cantón.
- **Desarrollar:** al estado público garantizar los recursos y el aprovechamiento de los recursos de los sectores urbanos y rurales del cantón.
- **Mejorar:** la calidad de vida de la población a través de la planificación, regulación y control del uso del suelo.
- **Contribuir** con el desarrollo económico cantonal para el centro de la zona productiva en el país.
- **Promover** la movilidad cantonal.
- **Incentivar:** la formación ciudadana y la cultura de ciudadanía participativa, previstos en la Constitución y la Ley.
- **Gestionar** la implementación del sistema cantonal de Seguridad.
- **Fomentar** e instituir calidad social.
- **Impulsar** políticas sociales que promuevan la inclusión social y económica en el cantón.


## SEGUNDA PARTE IDENTIFICADORES

8

## SÍMBOLOS

**RANDEFA**

Consta de tres franjas horizontales, cada franja equivale a un tercio del total del conjunto. La franja superior puede referirse a las instancias de la historia y la vida administrativa de Cevallos: Capataz, Parroquia Cevallos y Cantón Cevallos. En la parte superior está la franja blanca que se refiere al ayer y a los ancestros no definidos de Cevallos, sobre esta franja están tres estrellas rojas que simbolizan los tres estratos de este pueblo y nos hablan de la presencia del hombre. A centro, la franja verde representa la fertilidad de suelo y la relación del hombre con el campo. La franja inferior es roja y simboliza el calor humano y su vitalidad, que es la base de todo lo que se entiende por desarrollo y progreso.



9

## ESCUUDO

Consta de los elementos heráldicos que conforman el logo presento representado por una metáfora. Los segmentos del escudo representan un suelo fértil y sus frutos en abarcos.

El segmento del medio es el doble del de los costados. Los elementos simbolizan un amanecer sobre una naturaleza abierta por los abas. Las dos abarcas tienen un fondo blanco que toma la significación de pasado, sobre este fondo, el colorido que se presenta en visos con el color rojo que las dos se descomponen en su suceso, perteneciendo a las culturas prehispánicas que habitaron la región desde épocas remotas.

Al sistema abarcas, sobre el mismo fondo blanco del pasado, está el fondo del presente, que simboliza la época de surgimiento con la categoría de parroquia. Junto a la "n" está el símbolo que marca el año 1822, año en que Cevallos fue constituido como parroquia del cantón Ambato. Al centro sobre un fondo verde, que simboliza la esperanza y el trabajo del hombre orientado al rural, el símbolo de acción que simboliza una posición de integración a la tierra y al medio de trabajo y, a su vez, que significa la equidad de género y el desarrollo de su desarrollo cultural. Las dos palmaritas, uno de los símbolos que en la parte superior que simboliza el nombre del CANTÓN CEVALLOS y el otro el que representa el año 1998, año de la constitución.




10

## MARCA CEVALLOS

La marca Cevallos se construyó tomando en cuenta que el Cevallo se lo conoce como "La Marzana de Oro".

Esto constituirá un papel fundamental en la construcción de la identidad de la marca.

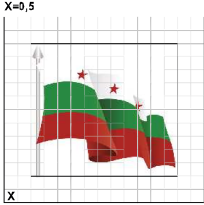
La Marca CEVALLOS además de los 3 colores (amarillo, verde y rojo) del Escudo y la Bandera, se trata de representar la producción familiar y de pequeñas empresas, a través de los cultivos y otros, con técnicas de regadío, dulces y productos de lacteos entre otros.




11

### CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA

Se generará el identificador en base a un módulo denominado x.



12



13

### TIPOGRAFÍA

**CEVALLOS**

GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL  
CANTÓN CEVALLOS

*Cada vez mejor...!*

**PRIMARIA**  
Arial - Regular  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

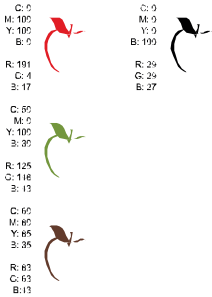

**SECUNDARIA**  
Arial - Bold  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Tercera Nueva Roman - Regular**  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Tercera Nueva Roman - Bold**  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

14

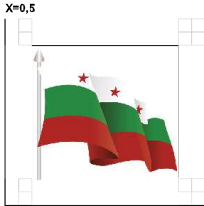
### CROMÁTICA


15

### USO ADECUADO

Es el área de reserva mínima que debe conservar la marca con el fin de que no se afecte su apreciación.



16



17

### TAMAÑO MÍNIMO

Es el tamaño que corresponderá al mínimo de resolución que se podrá hacer al identificador

3x

3x

3x

18

### VARIACIONES DE COLOR AUTORIZADAS

Son los colores que se podrán trabajar para el identificador

Colores en escala de grises

19

### COLOR DE FONDO AUTORIZADO

20

21

### VERSIONES

22

### PROHIBICIONES

a. Variación de forma NO AUTORIZADA

23

b. Variación de color: NO ACEPTADA  
 c. Variación de sombras, líneas y degradados: NO ACEPTADA  
 d. Modificaciones de color de fondo y tamaño

24

TERCERA PARTE  
**APLICACIONES**

26

**PAPELERÍA OFICIAL**

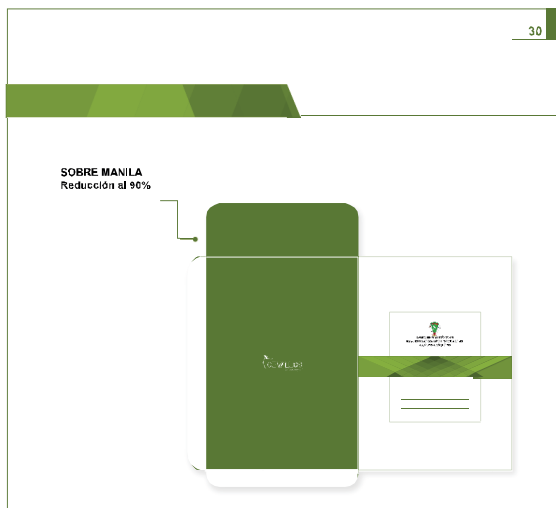
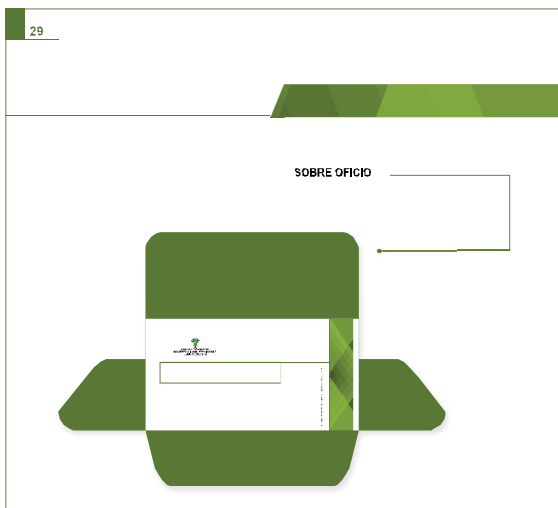
HOJAMES/BRETADA  
 Reducción al 40%

27

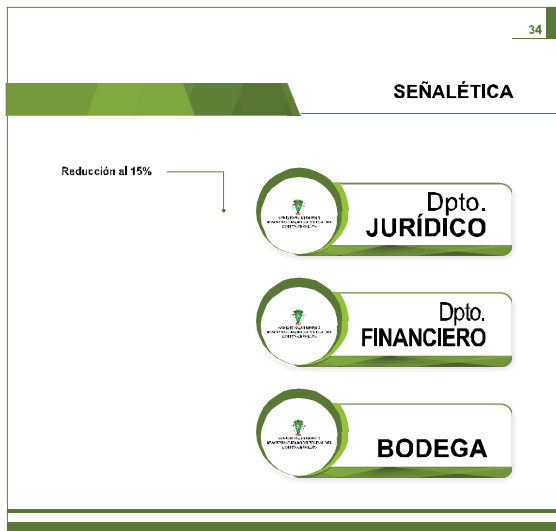
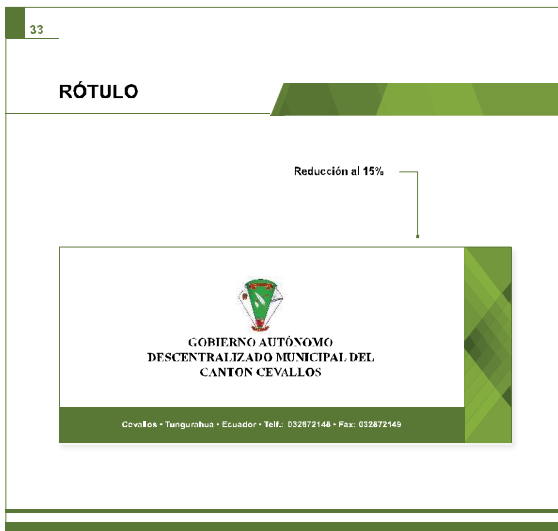
**CARPETA**  
 Reducción al 20%

28

**TARJETA CORPORATIVA**  
 Reducción al 90%



**CUARTA PARTE**  
**SEÑALÉTICA**





## QUINTA PARTE TERMINOLOGÍA

37

cido de oscuro a claro o viceversa (Andriaf, 1994).

**Digitalizar** Convertir una imagen en código de ordenador (Cotton, 1994).

**Dimensión** Cualquiera de las tres medidas: alto, ancho y profundidad, con las que se puede dar valor cuantitativo a algo tangible (Consuegra, 1976).

**Etiquetas** (Signos). Término de origen inglés, utiliza do para recordar una marca o un producto, por medio de una frase de fácil memorización, en los mensajes publicitarios.

**Gráfica** Quebre o doblez. Omita metálica montada sobre madera para marcar el papel por el lugar exacto por donde debe doblarse. Marca sobre el impreso que indica doblez (De la Piedra). | Como puntal efectuado a un impreso con el objeto de facilitar su doblez o plegado (Andriaf, 1994).

**Icono** Signo visual poco abstracto. Signo que sustituye algo tomando de éste sus rasgos pertinentes. Posee alguna semejanza o analogía con su referente pero no tiene propiedades en común con el objeto, sino con el modo perceptivo del mismo (como: mapa, un retrato fotográfico) (Veroldi Scherman, 2004).

**Identidad corporativa** Es el conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

**Identidad visual** Sistema de signos que se compone de logotipo, símbolo y gama cromática (Gostá).

**Identificación** Distinción de un elemento como único en su contexto (Veroldi Scherman, 2004).

**Identificador** Es el conjunto que forman el símbolo y el logotipo con inclusión o no del color, constituyendo una estructura significativa. El identificador es una síntesis que une el nombre verbal a través del oído y el signo visual a través del símbolo. El identificador se emplea en todos los mensajes como "firma" de quien los emite.

**Imagen corporativa** O Imagen global, es la imagen psicológica que una sociedad se representa mentalmente de una institución. Por consiguiente, a la imagen corporativa la configura todo el conjunto variado de actuaciones y mensajes de la institución a lo largo de tiempo.

36

## TERMINOLOGÍA

**Ángulo de visión** Ángulo que tiene un objetivo de una distancia focal concreta. Por ejemplo un objetivo de 35 mm en un cámara de 400, si el ángulo de visión es 74º. | de trama: Inclinación de las líneas de la retícula empleada para reproducir imágenes de medio tono. Círculo que se le da a la trama para lograr la posición exacta que evita el moiré (Andriaf, 1994).

**Rictor** Impresión de una pieza gráfica a dos tintas (Andriaf, 1994). | **Duotono**. Aplicación de dos tintas. Impresión de una pieza gráfica en dos tonos diferentes de color generalmente uno de los cuales es el negro (De la Roca).

**Carácter** Palabra usada en tipografía para describir las letras, números, signos de puntuación o espacios entre palabras.

**Claro** (o alto luz) Zonas más umbradas o reflectantes de una imagen de medio tono, se distinguen por contener los puntos más pequeños y denses o por su ausencia (Andriaf, 1994).

**Claruscuro** Mezcla pictórica de luces y sombras para intentar dar efectos de profundidad al cuadro.

**CMYK** Siglas en inglés de los colores Cyan, magenta,

amarillo y negro que son las cuatro tintas utilizadas en el proceso de impresión por cuatro colores. La combinación de estos colores en diferentes proporciones da como resultado todos los colores y matices.

**Composición** The organization of the formal elements in a piece of design. | **Distribución**, balance y relación general de espacios, líneas, colores y líneas que conforman una imagen. | **Eventamiento de textos** para impresión (Andriaf, 1994).

**Contraste** Las diferencias en tono entre las zonas más oscuras y las más claras de una imagen. Grado de diferenciación entre una forma y el espacio que la rodea. | **Graduación** de tono entre blancos y sombras en un original o una reproducción (De la Piedra). | **Relación** de tonos entre claros, medios tonos y sombras en un original o una reproducción (Andriaf, 1994).

**Degrado** Transición gradual entre dos colores o tonos de un color. Antes de "ser digital" los degradados solo se podían realizar con el aerógrafo. Actualmente los programas de ilustración y maquetación incluyen la posibilidad de rastrear degradados lineales, centrales, etc. | **Fondo desvanecido**

**Índice** Relación esquemática del contenido del libro. Puede ir al principio o al final (en las obras científicas al principio y en las literarias al final). Los índices cronológicos, geográficos, de ámbitos, etc. suelen ir al final de la obra.

**Marca** Expresión gráfica de un objeto mediante el determinado carácter que se le da al trazo de una o más iniciales de una persona o una entidad. Está sujeta a que las letras que la constituyen no ofrezcan ninguna posibilidad de lectura como palabra, en cuyo caso tomaría la forma de un logotipo, signo sentido que distingue una cosa de otra para reconocerla, denotar su origen, calidad, etc. Morfológicamente, es una combinación de tres modelos de letras, pero simultáneos, de expresión; una superposición de tres mensajes distintos: uno semántico (lo que dice), uno estético (cómo lo dice) y uno psicológico (lo que evoca).

**Marca símbolo**. Aquella que teniendo como in la figuración, emplea el trazo de la letra como base para conformarse.

**Negativo** Imagen sobre fondo negro o más oscuro que ella. | **Platado** fotográfica en la cual se ha grabado la imagen del original, presentándose con

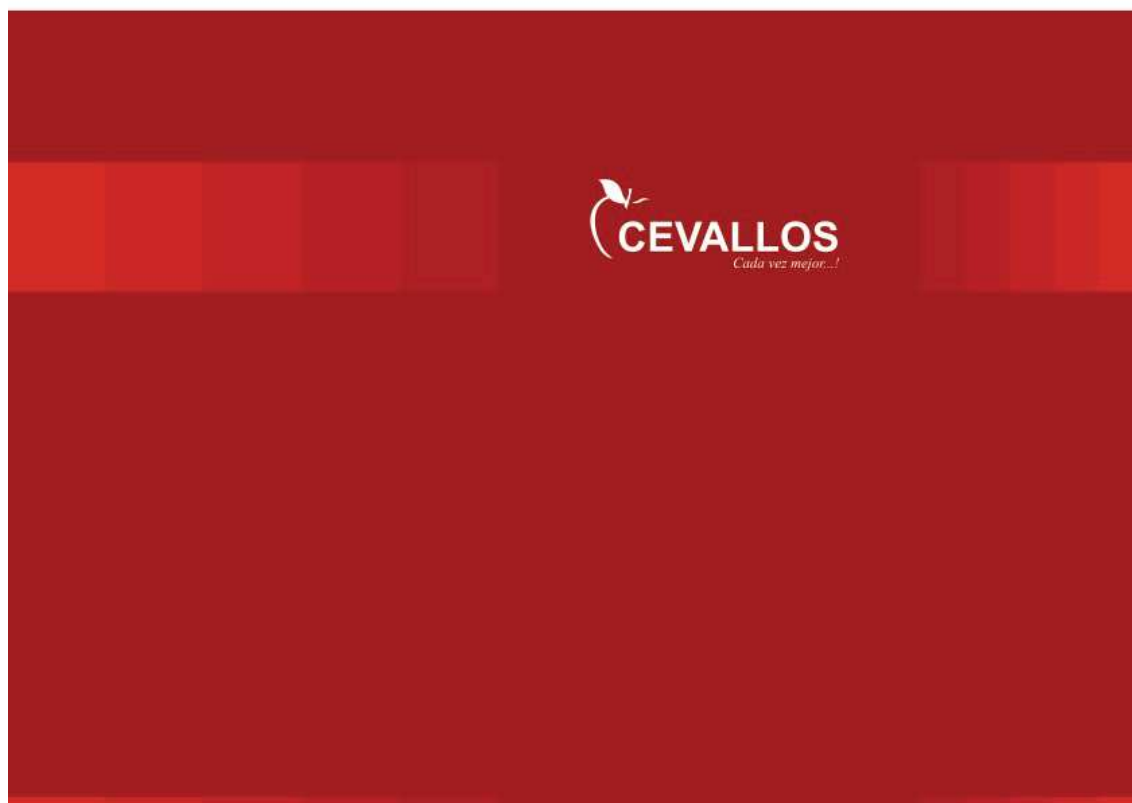
tonos opuestos: las áreas de no imagen aparecen oscuras y las áreas de imagen son transparentes (Andriaf, 1994).

**Positivo** Imagen negra u oscura sobre fondo blanco o más claro, sin uso de color (De la Piedra). | **Gráficamente** blanco es aquello que se halla encima. Ya que la superficie se considera un elemento negativo, todo aquello que se encuentra encima es positivo (Consuegra, 1976). | **Técnica** fotográfica que contiene la imagen en tonos idénticos a los del original (Andriaf, 1994).

**Tipografía** Representación gráfica del lenguaje. | **Tridimensional** que tiene el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. | **Sistema** de impresión basado en la composición de textos con caracteres móviles de plomo. | **Sistema** de impresión med ante tipos en relieve (De la Piedra).

38

## ANEXO PROTECTORES DE PANTALLA



“ No hay nada en la vida  
que no contenga sus lecciones.  
Si estás vivo,  
siempre tendrás algo para aprender ”

Benjamin Franklin

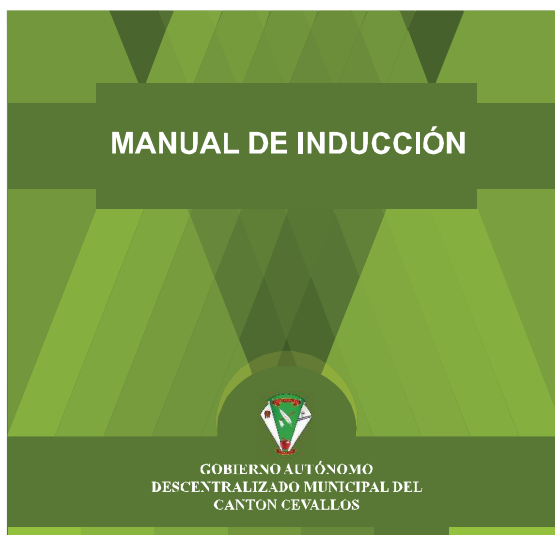


“ No hay nada en la vida  
que no contenga sus lecciones.  
Si estás vivo,  
siempre tendrás algo para aprender ”

Juan Montalvo



## ANEXO MANUAL DE INDUCCIÓN



**ÍNDICE**

Bienvenida	2
Síntesis Histórica del Cantón Cevallos	3
GAD municipal del Cantón Cevallos	4
Misión	6
Visión	7
Valores	8
Diputados	9
Plataformas de Común corazón	10
Organograma	11
Documentos a consultar	12

**BIENVENIDA**

El Gobierno autónomo Descentralizado del Cantón Cevallos te da la más cordial bienvenida a ti que a partir de hoy te incorporas a nuestro grupo de trabajo. Hemos elaborado el presente Manual de Inducción, con la finalidad de darte a conocer aspectos relevantes de la administración de Cantón Cevallos.

Te exhortamos a sumarte a las acciones con mucha responsabilidad, disciplina, esmero y dedicación. Necesitamos tus habilidades y experiencia.

Así pues, tu esfuerzo se unirá al conjunto de esfuerzo de todo el equipo, para lograr el mejoramiento de nuestro estado y por ende la calidad de vida de los cevalleños.

3

### SÍNTESIS HISTÓRICA DEL CANTÓN CEVALLOS

El Cantón Cevallos se convirtió en un punto estratégico de comercialización ya que a mediados del siglo 20 la estación de ferrocarril era el punto más cercano al puerto; la ciudad progresaba con ósea red vial comarcal, además de las relaciones con sus hablantes y su arquitectura.

Posteriormente gracias a su ubicación geográfica y la evolución comercial se fortaleció la feria regional en dando su comercializa la producción agropecuaria de los cantones vecinos; siendo las ferias los martes, miércoles, jueves y la más fuerte, el domingo.

En los 70's se promueve la fruticultura con el Proyecto Tunurahuas, ante lo cual crecen las áreas frutales que hoy son la principal fuente de ingreso del cantón; posteriormento en los 90's se construye y entra en servicio el canal de riego Amasas-Huachi-Peñón, beneficiando a varios sectores agrícolas del cantón.

Con el paso de los años la fruticultura se volvió

menos rentable, aunque el cantón cuenta con otras fuentes generadoras de dinero como "la ganadería menor (cuyes y conejos), avicultura familiar y en pequeñas empresas, la artesanía de calzado y afines, confección de ropa, dulces y procesados de lácteos entre otros." (Cevallos, s/f).

4

### GAD Municipal del Cantón Cevallos

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de los cantones del Ecuador se encuentran conformados de una forma jerarquizada en donde la cabeza está conformada por la alcaldía y en ella el burgoencastre del cantón, sin dejar a un lado al Consejo Cantonal, el cual está integrado por los concejales elegidos en las urnas, y el número de concejales varía según la densidad de la población de cada cantón.

La participación ciudadana se constituye en uno de los actores importantes en el manejo administrativo del cantón ya que la ciudadanía tiene voz y voto en las decisiones para el desarrollo de la población. Las tres diferentes funcionalidades mencionadas anteriormente son aquellas que forman una triada de administración de los cantones, cada una de ellas tiene la función de buscar la mejor resolución para el desarrollo de las ciudades del Ecuador.

El Consejo Cantonal con las sesiones ordinarias semanales es el encargado de discutir y tomar acciones ante las diferentes actividades que se presentan en la municipalidad de cada cantón.

La participación ciudadana es aquella que acerca los problemas al Consejo Cantonal mediante las solicitudes, uso de la silla vacía, y los presupuestos participativos que es en donde la ciudadanía participa, solicitando acciones ante las necesidades urgentes de cada sector.

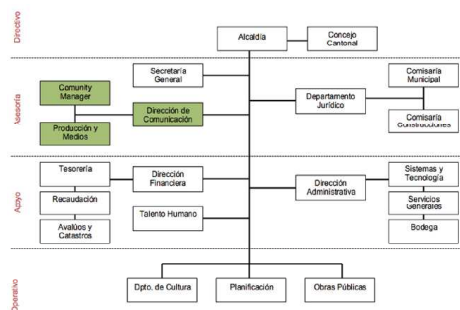
Las dependencias de cada municipalidad funcionan bajo el mando de la alcaldía, tras haber resuelto acciones con el Consejo Cantonal conjuntamente con los concejales y la participación ciudadana. El burgoencastre es el encargado de ejecutar las acciones pertinentes desde cada dependencia municipal, como son catastro, planificación, administración, entre otras.

Además en la municipalidad existen dependencias que trabajan autónomamente como son

<p>5</p> <p>las de recolección de aportes ciudadanos, agua potable, equipamiento de seguridad y limpieza, entre otros.</p> <p>"Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana, legislación y fiscalización; y ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden." Ley C.O.TAD (2012, pp. 56)</p> <p>Las dependencias que trabajan conjuntamente con la alcaldía y con las funcionalidades administradoras son aquellas que tienen contacto directo con todas las demás dependencias y con la colectividad, siendo estas el eje de manejo y quienes agilicen el proceso de ejecución; el entendimiento de las acciones municipales, mensajes directos a la ciudadanía sobre inconvenientes con la ciudad, y sobre todo quienes hacen llegar los requerimientos de la</p> <p>ciudadanía a las autoridades de cada cantón para así poder solucionar las necesidades de la sociedad que administra un gobierno autónomo descentralizado.</p>	<p>6</p> <p><b>MISIÓN</b></p> <p>Planear, implementar y sostener las acciones del desarrollo del gobierno local. Dinamizar los proyectos de obras y servicios con calidad y espontaneidad, que aseguren el desarrollo social y económico de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales y dentro de un marco de transparencia y ética institucional y con el uso óptimo de los recursos humanos altamente comprometidos, capacitados y motivados.</p>
<p>7</p> <p><b>VISIÓN</b></p> <p>En los próximos cinco años, se constituirá en Gobierno Local, siendo un ejemplo del desarrollo de la región, y contará con una organización interna, altamente eficiente, que administre productos y servicios compatibles con la demanda de la sociedad y capaz de asumir los nuevos roles vinculados con el desarrollo, con identidad cultural y de género, descentralizando y optimizando los recursos, que asegure la calidad de vida de la población, basado en leyes, ordenanzas y reglamentos, impulsado por sus autoridades y apoyado por la comunidad.</p>	<p>8</p> <p><b>VALORES</b></p> <p>DKFJGRSDJFRGDNNGN</p>
<p>9</p> <p><b>OBJETIVOS</b></p> <p>DKFJGRSDJFRGDNNGN</p>	<p>10</p> <p><b>POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN</b></p> <p>La Comunicación es el mecanismo fundamental que viabiliza y consigue objetivos o metas en las instituciones, ya que debe gestionar de manera consciente dicho proceso; en éste medio se encuentran implicados varios parámetros como son la información pública, que por derecho los ciudadanos deben conocer por ser una entidad del Estado, facilitando así procesos y acciones en el ámbito Municipal.</p> <p>sean congruentes a la mejora continua, y al fortalecimiento de pertinencia, la interacción con el público externo, comunicando e informando en tiempos establecidos, aplicando herramientas que faciliten llegar a los públicos de una manera confiable.</p> <p>Se define también el manejo de medios de información, que aporten a la fortaleza en la institución y el óptimo desarrollo de los servicios.</p> <p>Dentro del Plan Estratégico de Comunicación establecido para el GAD Municipal del Cantón Cevallos, se ha visto la necesidad de promover una Política de Comunicación que apoye el cumplimiento de la visión y misión de forma conjunta, el manejo de información, la mejora en las relaciones de comunicación de internas y externas, apoyados al PNBV y buscando el beneficio individual y colectivo de los públicos.</p> <p>En base a lo mencionado se define en este documento las políticas de Comunicación Interna y Externa, buscando a la par del uso tecnológico, estar en procedimientos que</p>

11

## ORGANIGRAMA



12

## DOCUMENTOS DE CONSULTA

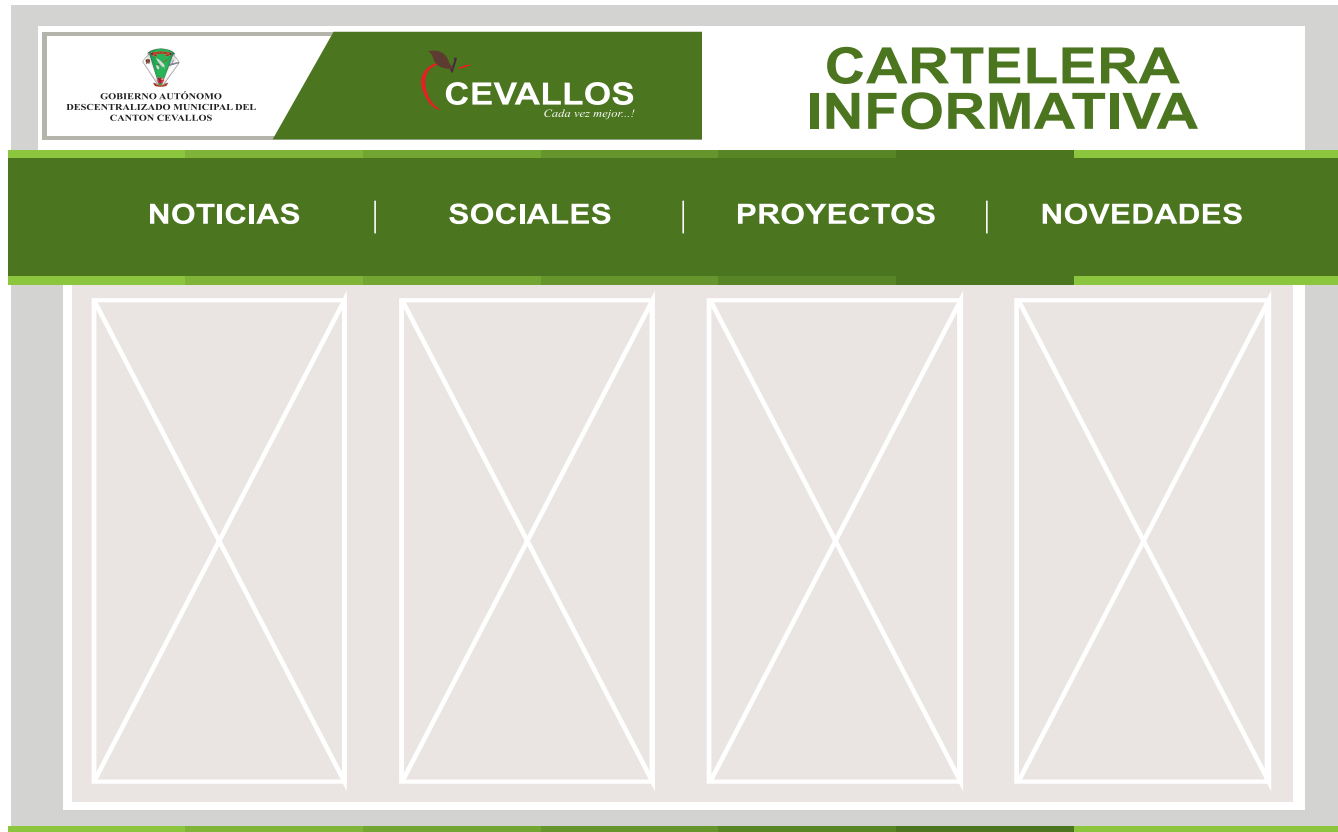
Para entender el funcionamiento y responsabilidades de los funcionarios públicos del GAD municipal es necesario estudiar y leer los siguientes documentos que se pueden descargar del sitio web: <http://www.cevallas.gob.ec/#>

Ley del CCTAD  
Plan nacional del Buen Vivir

## ANEXO GAFETES



## ANEXO MODELO DE CARTELERA





NOTICIAS

SOCIALES

PROYECTOS

NOVEDADES

**CEVALLOS  
LA PRIMERA CIUDAD CICLISTICA  
DE TUNGURAHUA**



Una de las acciones más importantes de la municipalidad es promover el deporte y fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte y recreación. En este sentido, el Cantón Cevallos se ha convertido en la primera ciudad ciclista de Tungurahua.

Conforme con un acuerdo suscrito el 14 de agosto de 2013, entre la municipalidad y la empresa Cevallos Bikes, se ha iniciado el proceso de implementación de un programa de promoción y uso de la bicicleta en el cantón. Este programa incluye la entrega de bicicletas gratuitas a los estudiantes de la zona rural y la implementación de rutas ciclistas para promover el uso de la bicicleta como medio de transporte y recreación.

El programa también incluye la entrega de bicicletas gratuitas a los estudiantes de la zona rural y la implementación de rutas ciclistas para promover el uso de la bicicleta como medio de transporte y recreación.

El programa también incluye la entrega de bicicletas gratuitas a los estudiantes de la zona rural y la implementación de rutas ciclistas para promover el uso de la bicicleta como medio de transporte y recreación.

**KIT VETERINARIOS PARA LA UNIÓN  
DE ORGANIZACIONES SOCIALES  
DE CEVALLOS**



El Cantón Cevallos entrega un kit veterinario a las organizaciones sociales de la zona rural. Este kit incluye medicamentos, vacunas y otros suministros necesarios para el cuidado de los animales de la zona rural.

El kit veterinario incluye medicamentos, vacunas y otros suministros necesarios para el cuidado de los animales de la zona rural.

El kit veterinario incluye medicamentos, vacunas y otros suministros necesarios para el cuidado de los animales de la zona rural.

**DELEGACIÓN DE CEVALLOS,  
PARTICIPA EN EL CAMPUS PARTY  
2013**



La delegación de Cevallos participó en el Campus Party 2013, que se realizó en la ciudad de Quito. Durante el evento, se presentaron los proyectos de desarrollo tecnológico de la municipalidad y se establecieron contactos con otros municipios.

La delegación de Cevallos participó en el Campus Party 2013, que se realizó en la ciudad de Quito. Durante el evento, se presentaron los proyectos de desarrollo tecnológico de la municipalidad y se establecieron contactos con otros municipios.

**ALCALDE DE CEVALLOS,  
SERA PONENTE  
EN CIUDADES DIGITALES  
2013**



El Alcalde de Cevallos, Juan Carlos Cevallos, será ponente en el evento "Ciudades Digitales 2013" que se realizará en la ciudad de Quito. Durante el evento, se discutirán temas relacionados con el desarrollo digital de las ciudades.

El Alcalde de Cevallos, Juan Carlos Cevallos, será ponente en el evento "Ciudades Digitales 2013" que se realizará en la ciudad de Quito. Durante el evento, se discutirán temas relacionados con el desarrollo digital de las ciudades.

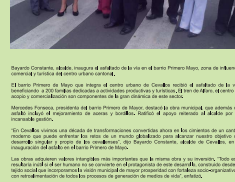
**ASFALTADO  
PARA MEJORAR LA  
CALIDAD DE VIDA**



La municipalidad de Cevallos ha iniciado el proceso de asfaltado de las calles de la zona rural. Este proyecto tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona rural.

La municipalidad de Cevallos ha iniciado el proceso de asfaltado de las calles de la zona rural. Este proyecto tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona rural.

**ASISTENTE SOCIAL, INICIA EL SERVICIO EN EL  
CANTÓN**



El Asistente Social, Juan Carlos Cevallos, ha iniciado el servicio en el Cantón Cevallos. Durante el servicio, se atenderán las necesidades de la población y se promoverá el desarrollo social de la zona rural.

El Asistente Social, Juan Carlos Cevallos, ha iniciado el servicio en el Cantón Cevallos. Durante el servicio, se atenderán las necesidades de la población y se promoverá el desarrollo social de la zona rural.

**PROGRAMA DE  
FESTIVIDADES  
2013**



El Programa de Festividades 2013 de Cevallos incluye una serie de actividades culturales y deportivas que se realizarán durante el año. Estas actividades tienen como objetivo promover el desarrollo cultural y deportivo de la zona rural.

El Programa de Festividades 2013 de Cevallos incluye una serie de actividades culturales y deportivas que se realizarán durante el año. Estas actividades tienen como objetivo promover el desarrollo cultural y deportivo de la zona rural.



El Programa de Festividades 2013 de Cevallos incluye una serie de actividades culturales y deportivas que se realizarán durante el año. Estas actividades tienen como objetivo promover el desarrollo cultural y deportivo de la zona rural.

El Programa de Festividades 2013 de Cevallos incluye una serie de actividades culturales y deportivas que se realizarán durante el año. Estas actividades tienen como objetivo promover el desarrollo cultural y deportivo de la zona rural.

Las fotos y artículos presentados fueron tomados de la página del GAD Municipal del Cantón Cevallos

<http://www.cevallos.gob.ec/#>

## ANEXO FORMATO DE ARTÍCULO

 <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS</p>	 <p><b>CEVALLOS</b> <i>Cada vez mejor...!</i></p>	
<p>ANTETÍTULO</p> <p><b>TÍTULO TÍTULO TÍTULO</b></p> <p>SUBTÍTULO</p>		
<p><b>SUMARIO</b></p>		
		
<p>TEXTO</p>		

## PIE DE CRÍA ALTERNATIVA DE SOSTÉN ECONÓMICO EN LAS FAMILIAS DEL PÁRAMO

Bayardo Constante, presidente de la Mancomunidad del Frente Sur Occidental de Tungurahua preside la entrega de 500 cuyes de pie de cría a las asociaciones de Tisaleo, dentro del Plan de Manejo de Páramos que se ejecuta en el territorio.

La Mancomunidad del Frente Sur Occidental en coordinación con el Gobierno Provincial entregó 500 cuyes de pie de cría dentro del componente productivo del Plan de Manejo de Páramos que se ejecuta en el territorio.

En esta primera entrega se beneficiaron las asociaciones Unión y Hermandad y La Amistad de Santa Lucía La Libertad de Tisaleo y Quinchicoto. Abel Tipán y Juan Lluglla, representantes de las asociaciones reiteraron el compromiso para continuar el proceso de conservación del páramo evitando que la frontera agrícola siga hacia arriba afectando el equilibrio de este ecosistema regulador del recurso hídrico.

Bayardo Constante Espinoza, presidente de la Mancomunidad del Frente Sur Occidental, explicó la importancia del componente

productivo que se suma al ambiental y el socio-organizativo, que en su integralidad buscan mejorar la calidad de vida de los pobladores en el territorio, mediante alternativas de desarrollo que complementen las actividades propias del campo.

El pie de cría entregado cumple todo estándar de calidad, su adquisición se efectúa mediante el portal de compras públicas por parte del Gobierno Provincial,

exigiéndose cumplimiento en variedades del cuy, peso, sanidad, calidad, pelaje, tamaño y otros factores que garantizan el crecimiento de la producción.

Cada beneficiario recibe 10 cuyes hembras y uno macho, que sirve de reproductor, para producir un efecto multiplicador exponencial a fin de que en un año, la crianza y comercialización de estas especies menores consoliden la economía familiar.



Las fotos y artículos presentados fueron tomados de la página del GAD Municipal del Cantón Cevallos <http://www.cevallos.gob.ec/#>

**ANEXO ANTEPROYECTO DE TESIS****MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN  
EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL – DIRCOM****“PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO EN EL  
PARADIGMA DEL BUEN VIVIR PARA EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN  
CEVALLOS CON EL FIN DE MEJORAR LOS NIVELES INFORMATIVOS DE  
LA GESTIÓN MUNICIPAL”**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de Máster en Dirección de Comunicación

Profesor Guía

**Dr. Oscar Olano**

Autora:

**HIPATIA SILVANA GALARZA BARRIONUEVO**

**AÑO - 2013**

## UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

### 1. Título del proyecto

La inexistencia del plan estratégico de comunicación para el GAD Municipal del Cantón Cevallos enfocado en el paradigma del buen vivir incide en bajos niveles informativos de la Gestión Municipal.

### 2. Formulación y justificación del problema

La presente investigación confirmará que la inexistencia del Plan Estratégico de Comunicación para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cevallos incide en los bajos niveles de información con metodología de participación ciudadana en la construcción del paradigma del Buen Vivir.

El no contar con el área de Comunicación Institucional y peor con especialización en los distintos niveles de: Relaciones Públicas en el principio de la opinión Pública, construcción de imaginarios ciudadanos desde la institucionalidad municipal impiden la generación de signos sociales de identificación entre mandatarios y mandantes para el ejercicio de políticas que impulsen un desarrollo singular y diferenciado conforme las potencialidades del cantón.

La gestión de la comunicación se reduce a niveles informativos en el orden mediático sin articulación y sistematización del mensaje, producto de la ausencia de un sistema planificado de comunicación que aborde la problemática desde los medios de comunicación fríos y calientes, el uso de las NTIC's, el debate y discusión social.

El énfasis del sistema de Comunicación Estratégica tiene que orientarse desde el paradigma del Buen Vivir, a fin de mejorar la calidad de vida mediante comunicación efectiva.

Es importante realizar el presente tema de investigación porque permitirá reafirmar los conocimientos adquiridos en la maestría lo que ayudará a dar solución al problema planteado, si esto se resuelve la Municipalidad (Gobierno Autónomo Descentralizado) tendrá ventajas; efectos positivos como el diseño de un plan estratégico de comunicación para el GAD Municipal del Cantón Cevallos bajo el paradigma del Buen Vivir, los beneficios dentro de éste proceso serán tanto para las autoridades, directivos y empleados, así como los pobladores del cantón y la provincia.

### **3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.**

¿Existe la necesidad de diseñar un plan estratégico de comunicación para el GAD Municipal del Cantón Cevallos bajo el paradigma del Buen Vivir para mejorar los niveles informativos de la Gestión Municipal?

### **4. OBJETIVOS.**

#### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar el Plan Estratégico de Comunicación adecuado que se debe aplicar para el GAD Municipal del Cantón Cevallos bajo el paradigma del Buen Vivir con el fin de mejorar los niveles informativos de la Gestión Municipal.

#### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

4.2.1. Definir el modelo de gestión comunicacional para el GAD Municipal del Cantón Cevallos.

4.2.2. Desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación como alternativa de solución al problema propuesto del GAD Municipal del Cantón Cevallos.