



MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL - DIRCOM

AUDITORÍA DE IMAGEN EXTERNA EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO RURAL DE LA PARROQUIA LOS ENCUENTROS

Trabajo de Titulación presentado de conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Magíster en Dirección de Comunicación
Empresarial e Institucional (DirCom).

Profesora guía

Máster. María José Enríquez

Autoras

Anabell Idania Salinas Cueva

Isabel María Enríquez Jaya

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes, 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 José Enríquez
Máster en Comunicación Empresarial
C.I.: 171145283-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaramos que este trabajo es original, de nuestra 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.

Anabell Idania Salinas Cueva

C.I.: 190037154-1

Isabel María Enríquez Jaya

C.I.: 110365646-6

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los docentes y al personal administrativo de la Universidad de las Américas, por el acompañamiento y apoyo permanente que nos brindaron durante el Máster DirCom desarrollado en el periodo 2011-2013.

Además, expresamos nuestra eterna gratitud a la directora de este trabajo de tesis, la Máster. María José Enríquez, por su extraordinario asesoramiento ofrecido durante el desarrollo de la investigación.

Finalmente, dejamos el reconocimiento a los directivos del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, líderes comunitarios, y a los habitantes en general por la colaboración prestada durante la recopilación de la información.

DEDICATORIA

Anabell: Con inmensa gratitud y cariño dedico el esfuerzo que conjuntamente con mi compañera hemos puesto en el presente trabajo: a mis familiares, amigos y especialmente a mi hija que hoy constituye la mejor inspiración para luchar y seguir consiguiendo éxitos en la vida profesional.

Gracias a todos por comprender mis aspiraciones y contribuir a forjar mi vocación.

Isabel: De todo corazón dedico este trabajo de tesis, realizado juntamente con mi compañera, al gran maestro que nos permite seguir existiendo, Jesucristo, a mis padres Telmo y Francisca, a mi esposo Antonio y a mis hijos Paulita y Mateo, quienes son mi fuerza para seguir alcanzando metas, tanto en lo profesional como en la vida diaria.

RESUMEN

La auditoría de imagen externa aplicada al Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros, constituye la primera investigación fundamentada que permitió diagnosticar la percepción de los públicos de interés de la institución antes señalada. La utilidad práctica del presente trabajo se da porque constituye un referente para que las autoridades locales conozcan lo que piensan los públicos estratégicos de su entidad.

Este proyecto de tesis es una herramienta que aplicó rigurosamente una metodología de investigación que involucró a los principales públicos con los que se relaciona el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Este acercamiento facilitó identificar cómo se define el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, lo que hace la organización y cómo lo perciben sus públicos.

Como parte de los resultados se puede sintetizar que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros comparte con otros gobiernos locales, varios rasgos que son parte de la identidad de este tipo de instituciones del sector público, como por ejemplo, un rubro de actividades que se enmarcan en sus competencias; sin embargo, en la práctica cada institución tiene que trabajar para posicionar un estilo de hacer y decir las cosas que se diferencien lo más posible del resto, de manera que los públicos puedan identificarlos rápidamente con sólo verlos a través de su marca.

Tener definidos claramente estos aspectos, hace que la investigación sea completa y útil para que en lo posterior la institución investigada pueda generar una estrategia de comunicación que debe traducirse de la manera más clara a una imagen física y conceptual que sea el nexo de comunicación con los públicos del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros para que, finalmente, se revierta en una mejor confianza y reputación hacia la institución.

ABSTRACT

The external audit image applied to the Government Contract Decentralized Rural parish Los Encuentros , is the first investigation that led to the diagnosis based perception of the public interest of the aforementioned institution . The practical utility of this work is given because it is a benchmark for local authorities know what they think of their strategic public entity.

This thesis project is a tool that rigorously applied research methodology involving the main stakeholders with whom the parish GAD Rural Encounters relates . This approach facilitated identify how defined GAD Rural parish Los Encuentros, what the organization does and how they perceive their audiences.

As part of the results can be summarized that the Rural GAD parish Encounters share with other local governments, several traits that are part of the identity of such public sector institutions such as a category of activities that fall under its powers, but in practice, each institution has to work to position a style of doing and saying things that differ from the rest as much as possible so that the public can identify them quickly with only through its brand.

Having clearly defined these aspects makes the investigation is complete and useful for later in the investigated institution to generate a communication strategy that should result in the clearest way to physical and conceptual image that is the nexus of communication with Rural public GAD parish Los Encuentros to finally reverts to better trust and reputation to the institution.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO RURAL DE LA PARROQUIA LOS ENCUENTROS.....	3
1.1. Reseña Histórica del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros	3
1.1.1 Población por comunidades.....	4
1.1.2 Principales características antropológicas de las etnias.....	4
1.2. Estructura organizacional del GAD	5
1.2.1 Estructura político-administrativa	5
1.2.2 Estructura organizacional	6
1.2.3 Estructura organizacional y funciones.....	7
1.2.4 Nuevo enfoque de estructura organizacional	8
1.3. Núcleo ideológico.....	8
1.4. Sistemas de comunicación	9
1.4.1. Red vial y de transporte comunitario.....	9
1.4.2. Medios masivos de comunicación	10
1.4.3. Servicio de Internet.....	10
1.4.4. Telefonía fija	11
1.4.5. Telefonía celular	11
1.4.6. Página Web	11
1.4.7. Correspondencia	12
1.5. Planificación de comunicación	12
1.6. Servicios que brinda	13
1.6.1. Competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados	13
1.7. La guía del negocio	14
1.7.1. Administración y distribución del presupuesto anual.....	15

1.7.1.1 Presupuesto	15
1.7.2. Conseguir alianzas estratégicas	16
1.7.3. Posicionamiento político del líder.....	16
1.7.4. Fortalecimiento institucional.....	17
1.7.5. Rendición de cuentas	18
1.8. Públicos al que se dirige.....	19
1.8.1 Públicos.....	19
CAPÍTULO II	21
2. LA COMUNICACIÓN: HERRAMIENTA ESENCIAL	
EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN	21
2.1. Definiciones de comunicación.....	21
2.2. Doctrinas de la comunicación	22
2.2.1. La economía de información.....	23
2.3. Los públicos como elemento clave en la comunicación	25
2.3.1. Concepción del sentido de comunicación	26
2.4. Tipos de comunicación	27
2.5. Identidad, imagen y reputación.....	28
2.5.1. Proceso para construir reputación	31
2.6. Diferencias entre imagen y reputación	31
2.6.1. Imagen y reputación según Ritter	31
2.6.2. Imagen y reputación según Villafañe	32
2.7. Fases de análisis de la imagen.....	32
2.8. Factores de imagen.....	34
2.9. Dimensiones de la imagen.....	35
CAPÍTULO III.....	36
3. AUDITORÍA DE IMAGEN Y COMUNICACIÓN.....	36
3.1. Definición de auditoría	36
3.2. La auditoría de imagen	37

3.3. Objetivos de la auditoría de imagen.....	37
3.4. Partes de la auditoría de imagen.....	37
3.4.1. La autoimagen.....	38
3.4.2. La imagen intencional.....	38
3.4.3. La imagen pública.....	38
3.5. La auditoría de comunicación.....	38
3.6. Objetivos de la auditoría de comunicación.....	39
3.7. Aspectos a investigar en la auditoría de imagen.....	40
3.8. Aspectos a profundizar durante la auditoría con los públicos externos.....	41
3.9. ¿Quién tiene que realizar una auditoría?.....	44
3.10. Características esenciales de un auditor.....	45
3.11. Metodologías y técnicas de investigación para la auditoría de imagen.....	46
3.11.1. Metodologías de investigación.....	47
3.11.2. Técnicas de investigación.....	48
3.12. Definición de las técnicas de investigación cualitativas más comunes.....	48
3.13. Definición de las técnicas de investigación cuantitativas más comunes.....	52
3.14. Estructura de una auditoría de imagen global.....	53
3.15. Funciones de los informes de auditoría.....	53
CAPÍTULO IV.....	55
4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	55
4.1. Objetivos de la investigación.....	55
4.1.1. Objetivo general.....	55
4.1.2. Objetivos específicos.....	55
4.2. Tipo de investigación.....	55

4.3. Metodología de investigación	56
4.3.1. Método inductivo.....	56
4.3.2. Método deductivo	56
4.3.3. Método Analítico sintético	56
4.4. Técnicas de investigación	57
4.4.1. Técnicas de investigación aplicadas	57
4.4.2. Estudio cualitativo.....	57
4.4.3. Estudio cuantitativo.....	58
4.5. Población de Investigación	58
4.5.1. Observación	58
4.5.2. Entrevistas especializadas.....	58
4.5.3. Focus group.....	59
4.5.4. La encuesta	59
4.6. Cálculo de la muestra	59
4.6.1 Distribución de encuestas por comunidad	61
4.7. Tabulación e interpretación de resultados condensados referentes a la encuesta aplicada para investigar sobre las áreas de posicionamiento, identidad e imagen y comunicación del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.....	61
4.8. Análisis e Interpretación de las entrevistas especializadas	73
4.9. Análisis e interpretación de los focus groups.....	82
4.9.1. FOCUS GROUP CON INDÍGENAS SHUAR	82
4.9.1.1. Percepción indígena Shuar	82
4.9.2. FOCUS GROUP CON INDÍGENAS QUICHUA SARAGURO	86
4.9.2.1. Percepción indígenas quichuas saraguros	87
4.10 Análisis e interpretación de la ficha de observación	91

CAPÍTULO V	99
5. DIAGNÓSTICO DEL GAD RURAL DE LA PARROQUIA LOS ENCUENTROS.....	99
5.1. Análisis del contexto institucional y deficiencias de comunicación e imagen.....	99
5.2. FODA del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.....	101
5.3. Análisis de la imagen y comunicación del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.....	102
5.4. Informe de Auditoría del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.....	126
5.5. Plan de Comunicación del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.....	127
CAPÍTULO VI	132
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	132
6.1. Conclusiones.....	132
6.2. Recomendaciones	133
REFERENCIAS	135
ANEXOS	137

INTRODUCCIÓN

Enmarcados en la Constitución del Ecuador de 2008, los representantes del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Los Encuentros en su quehacer diario formulan proyectos, acuerdos y resoluciones que buscan promover el desarrollo humano y sostenible de la población. Las acciones que ejecutan las autoridades elegidas por votación popular, la identidad cultural existente en la zona, el nivel de organización y participación comunitaria, son aspectos que interfieren en las relaciones del Gobierno Local con sus mandantes, y deben ser plenamente identificadas y reconocidas para ser gestionadas.

El trabajo de tesis permite conocer qué percepción tienen los habitantes, líderes comunitarios y de opinión respecto al Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros, para que en lo posterior, la institución investigada emprenda en la elaboración de estrategias que permitan corregir deficiencias de comunicación e imagen.

La temática que aquí desarrollamos se estructura en 6 capítulos. En la primera parte se ofrece información relevante sobre el contexto legal, político, social y estructural en el que se desempeña el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros. El segundo capítulo trata de la comunicación como herramienta esencial en la construcción de la imagen. De igual manera se exponen aspectos fundamentales de la identidad, imagen y reputación. Los conceptos y definiciones que nos ayudan a comprender la importancia de aplicar el proceso de auditoría, constituyen la temática del tercer capítulo. En el cuarto capítulo se desarrolla el trabajo de campo; es decir, cada uno de los pasos que integran el proceso de auditoría de imagen externa como también el análisis e interpretación de los resultados obtenidos durante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación. En la quinta parte se ofrece un análisis del contexto institucional y las deficiencias de comunicación e imagen. En el sexto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones que terminan sintetizando los procesos ejecutados y los hallazgos registrados y procesados desde la óptica del DirCom.

En la actualidad, los GAD locales se desenvuelven en escenarios complejos por la reestructuración y delimitación de las nuevas competencias y la administración de limitados recursos económicos. Aquellas instituciones están regentadas por directivos que tienen un conocimiento parcial sobre la importancia de investigar, planificar y gestionar la comunicación; sin embargo, muestran su interés para instaurar procesos de gestión que les ayuden a crear o mejorar vínculos con sus públicos estratégicos.

El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros está preparándose para asumir nuevos retos y gestionar vínculos con sus públicos estratégicos. Los resultados de la investigación desarrollada tienen utilidad porque revelan información actual respecto a la percepción que tienen los públicos estratégicos sobre su accionar. Este diagnóstico ayuda para construir estrategias de comunicación que le conlleven a mejorar o crear nuevas relaciones con “stakeholders” que en un futuro cercano contribuyan a generar desarrollo local.

Los resultados de la tesis están garantizados porque el proceso de investigación se ejecutó desde una visión profesional e independiente. De igual manera, las técnicas de investigación se aplicaron en 17 comunidades que conforman la parroquia Los Encuentros y en cuyo territorio habitan 4.010 habitantes, donde se destaca la convivencia de 3 nacionalidades que son: los indígenas shuar, los indígenas quichuas saraguros y los colonos mestizos, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

CAPÍTULO I

1. EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO RURAL DE LA PARROQUIA LOS ENCUENTROS

1.1. Reseña Histórica del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

Según el registro oficial 388, en la ciudad de Quito el jueves 26 de febrero de 1980, durante la administración del señor abogado don Jaime Roldós Aguilera, presidente constitucional de la República, se expide la siguiente Ley:

Art. 1º. – “Créase el cantón Yantzaza en la provincia de Zamora Chinchipe. Su cabecera cantonal será Yantzaza y comprenderá las parroquias rurales Los Encuentros, El Pangui y Chicaña”.

A partir de aquella fecha inicia la constitución política de la parroquia Los Encuentros, territorio que se ubica en dirección noroeste, a 20.39 Km. de la cabecera cantonal de Yantzaza y a 67 Km. de la cabecera provincial de Zamora Chinchipe.

Su extensión territorial es de 47.545 has. (45,54% de la superficie cantonal y el 4,49% de la superficie provincial). Sus límites son:

Norte: Parroquia Pachicutza del cantón El Pangui

Sur: Parroquia Bellavista del cantón Paquisha

Este: Límite internacional con la república del Perú

Oeste: Parroquia Chicaña del cantón Yantzaza

De acuerdo con los datos publicados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Los Encuentros, el número de habitantes asciende a 4010, de los cuales 1.363 habitantes (35%) constituye la población económicamente activa.

La división política y territorial de la parroquia Los Encuentros determina que está conformada por 17 comunidades:

1.1.1 Población por comunidades

Tabla 1. Población por comunidades

ITEM	CATEGORIZACIÓN	COMUNIDADES	NACIONALIDAD	No. HABITANTES
1	Rural	La Centza	Colono mestizo	388
2		Jardín del Cóndor	Colono mestizo	90
3		La Merced	Colono mestizo	150
4		Muchime	Colono mestizo	144
5		El Zarza	Colono mestizo	192
6		Nankais	Indígenas shuar	153
7		Los Almendros	Colono mestizo	265
8		Achunts	Indígenas shuar	60
9		Alonso de Mercadillo	Quichuas Saraguros	125
10		El Pincho	Colono mestizo	280
11		El Padmi	Quichuas Saraguros	370
12		El Pindal	Colono mestizo	150
13		Santa Lucía	Colono mestizo	152
14		San Luis del Vergel	Colono mestizo	60
15		Nunguí	Colono mestizo	138
16		Numbayme	Indígenas shuar	110
17	Urbano	Los Encuentros	Colono mestizo	1183
TOTAL				4.010

Tomado de: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Los Encuentros

El tejido social de la parroquia Los Encuentros está compuesto por 3 nacionalidades que son: los indígenas shuar, los indígenas quichuas saraguros y los colonos mestizos.

1.1.2 Principales características antropológicas de las etnias

Tabla 2. Principales características antropológicas de las etnias

NACIONALIDAD	POBLACIÓN	ORIGEN
Indígenas shuar	441 Hab. (11%)	Originarios de Brasil, se consideran etnia nativa.
Quichuas saraguros	213 Hab. (5.3%)	Provenientes del cantón Saraguro, provincia de Loja
Colonos mestizos	3.356 Hab. (83.7%)	Migrantes de las provincias de Loja y Azuay.

Tomado de: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Los Encuentros
 Autor: GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

1.2. Estructura organizacional del GAD

El proceso de gestión de los territorios parroquiales en el Ecuador ha ido avanzando a lo largo de las últimas décadas, principalmente a raíz de la consolidación de las Juntas Parroquiales elegidas por votación popular en el año 2000. Antes de aquella fecha, su máximo representante era el presidente de la comunidad y sus vocales, los cuales ostentaban un cargo exclusivamente de representatividad y cuyos miembros eran elegidos por consenso de los habitantes del sector, y el desempeño en su cargo no era remunerado.

A partir del 20 de octubre de 2008, fecha en la que entró en vigencia la Constitución de la República del Ecuador, la parroquia Los Encuentros inició el ejercicio de su autonomía política, administrativa y financiera.

La actual estructura político-administrativa del GAD de la parroquia Los Encuentros se eligió en el proceso electoral de junio de 2009 para representar al sector durante el periodo 2009-2014 y cada una de las dignidades fueron asignadas de acuerdo a la mayoría obtenida a través de los votos. Su actual organigrama se adecua a sus necesidades, realidad sociocultural y disponibilidad presupuestaria, quedando de la siguiente manera:

1.2.1 Estructura político-administrativa

Tabla 3. Estructura político-administrativa

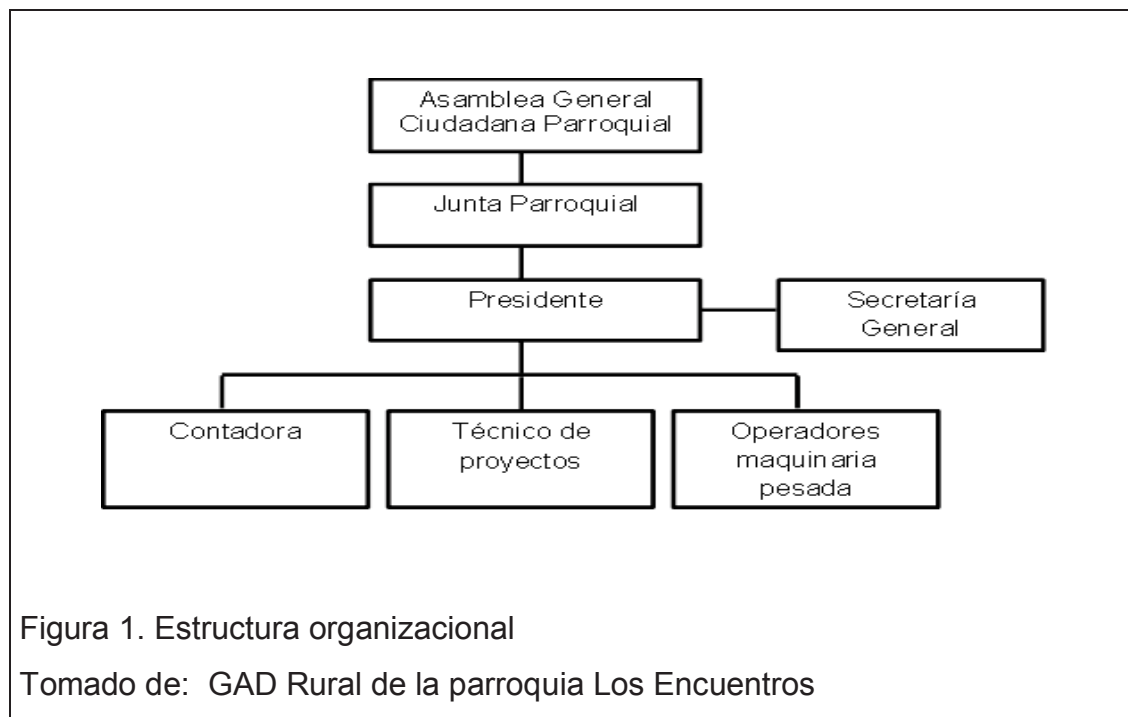
ITEM	NOMBRE Y APELLIDO	DIGNIDAD	PARTIDO POLÍTICO
1	Sr. Carlos Chamba	Presidente	Movimiento Alianza País
2	Prof. Fabián Palacios	Vicepresidente	Partido Socialista Ecuatoriano
3	Lic. Manuel Cabrera	Vocal principal	Movimiento Acción y Servicio
4	Sr. Pedro Arévalo	Vocal principal	Partido Sociedad Patriótica
5	Sr. Alberto Contento	Vocal principal	Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik

6	Srta. Rosa Masache	Vocal suplente	Movimiento Alianza País
7	Sra. Irene Masa	Vocal suplente	Partido Socialista Ecuatoriano
8	Sra. Alba Castillo	Vocal suplente	Movimiento Acción y Servicio
9	Sra. Mariana Reyes	Vocal suplente	Partido Sociedad Patriótica
10	Sra. Melania Gonzaga	Vocal suplente	Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik

Tomado de: GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

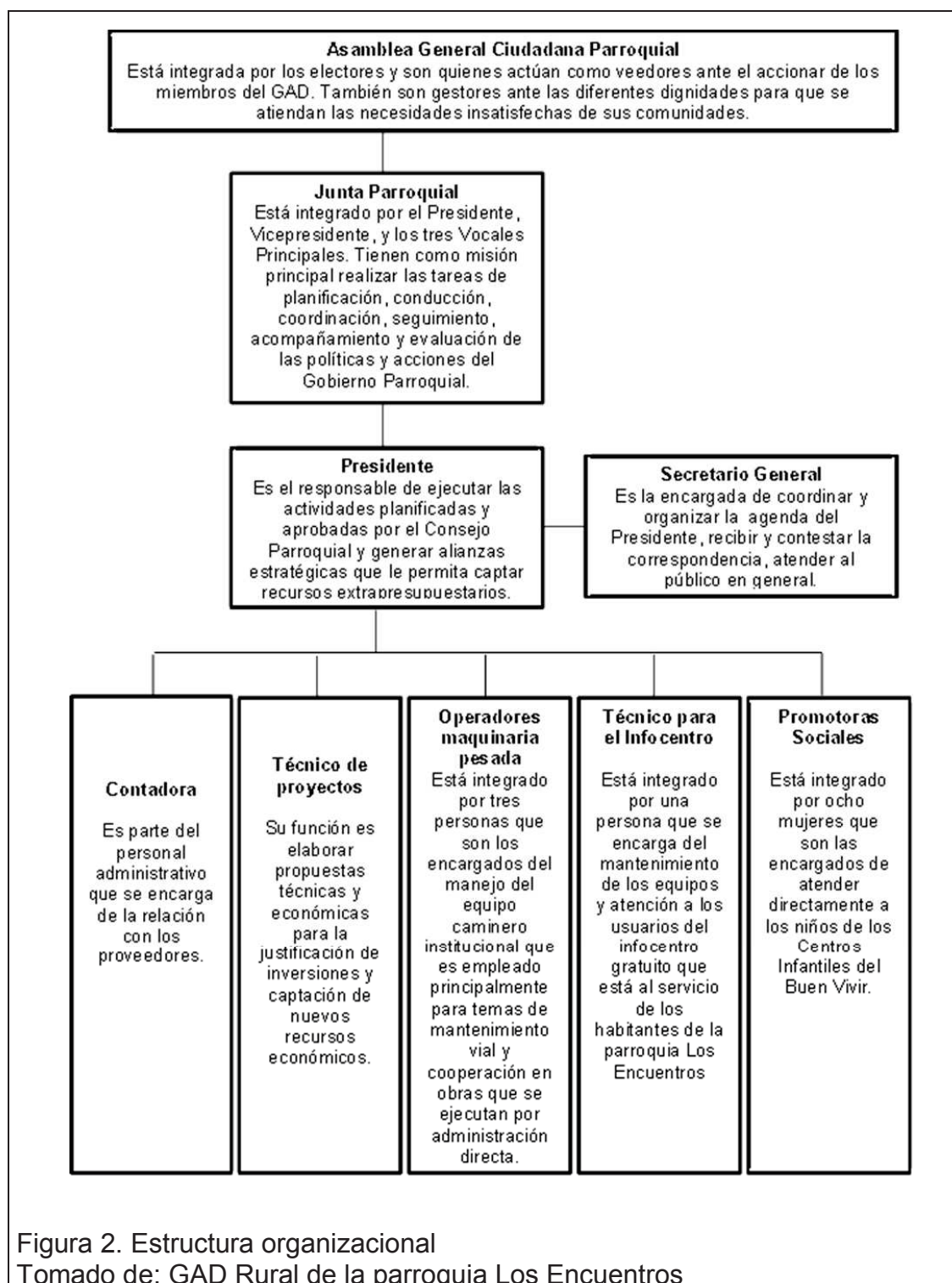
La estructura organizacional del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es la siguiente:

1.2.2 Estructura organizacional



Para entender de mejor manera el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, a continuación se detalla el organigrama funcional:

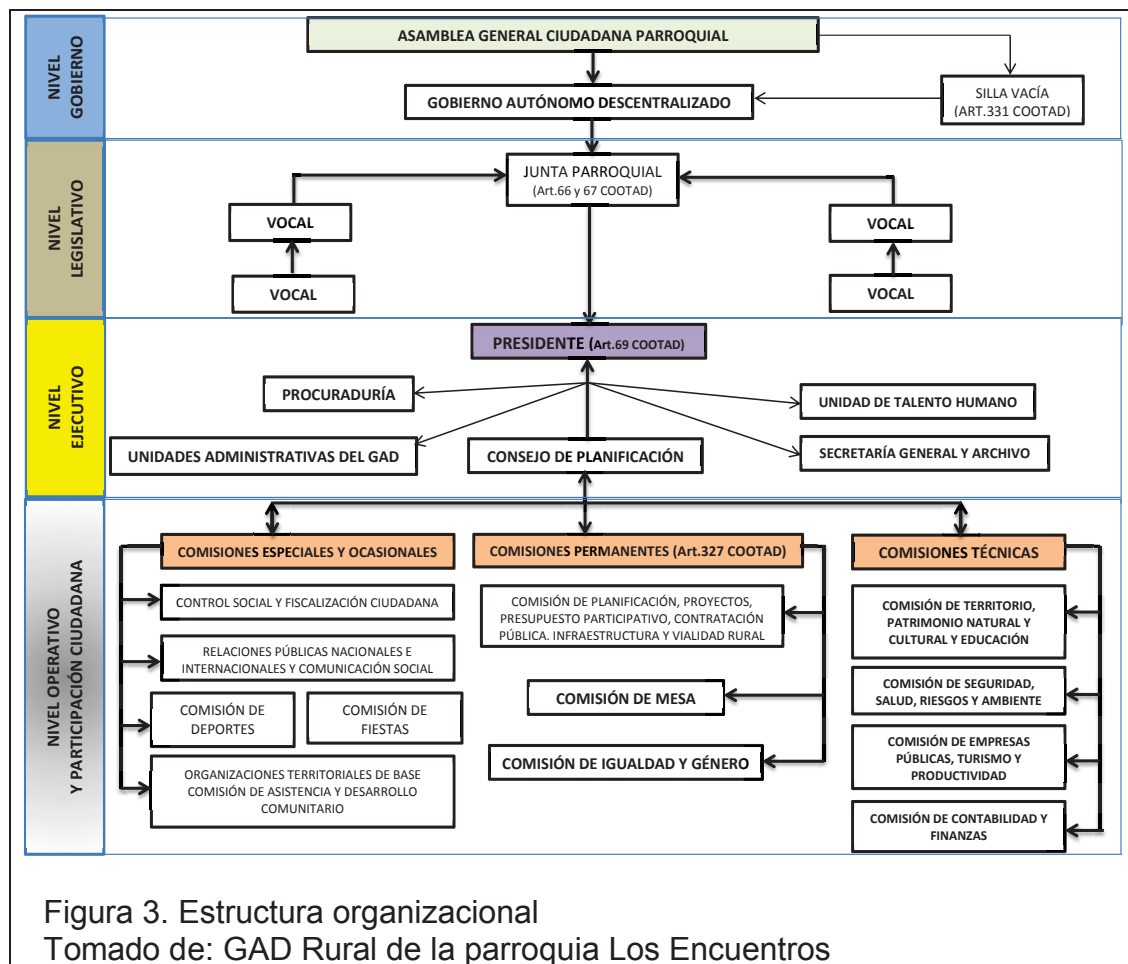
1.2.3 Estructura organizacional y funciones



Como se observa en el gráfico 1.2.2, en la actualidad la institución investigada dispone de un equipo humano bastante reducido que no incluye a un

profesional responsable de gestionar la comunicación; sin embargo, la expectativa que tienen es que puedan en un futuro cercano contar con el siguiente organigrama funcional en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

1.2.4 Nuevo enfoque de estructura organizacional.



1.3. Núcleo ideológico

Como se visualiza en la tabla 3, es diversa la ideología política a la que pertenecen las dignidades del GAD Los Encuentros, destacándose representantes de cuatro partidos y movimientos políticos reconocidos a nivel nacional (Movimiento Alianza País, Partido Socialista Ecuatoriano, Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik y el Partido Sociedad Patriótica); de igual manera se identifica un movimiento político de trayectoria provincial (Movimiento Acción y Servicio).

La Constitución de la República del Ecuador ha delimitado claramente las competencias de los GAD para la organización del territorio; sin embargo, es necesario destacar que el GAD Rural Los Encuentros está siendo administrado con una filosofía política que está alineada con el Gobierno Nacional, dada la connotación principalmente que el Presidente del GAD pertenece al movimiento político Alianza País.

El Gobierno Nacional que también es liderado en la actualidad por el Movimiento Alianza País ha diseñado el Plan Nacional del Buen Vivir, guía que aporta para que las instituciones públicas desde su realidad puedan contribuir con el cumplimiento de los objetivos nacionales.

Misión. Es misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros apoyar la organización de las comunidades que integran sus territorios como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo parroquial.

Visión. Ejecutar acciones que permitan reducir las necesidades insatisfechas de las comunidades que pertenecen a la jurisdicción parroquial de Los Encuentros, y diseñar proyectos sostenibles que generen oportunidades de emprendimiento local.

Valores. Desarrollar una administración sin discriminación y que fomenta la unidad, donde sus resoluciones son moralmente vinculantes y socialmente exigibles para el GAD y la comunidad.

1.4. Sistemas de comunicación

Los principales sistemas de comunicación que disponen los habitantes de la parroquia Los Encuentros son:

1.4.1. Red vial y de transporte comunitario

Según el (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011, p. 23), el 67,2% del territorio está cubierto por la troncal amazónica, vía de primer orden denominada E 45. El 17,9% corresponde a vías de segundo y tercer orden y el 14,9% está integrado por caminos vecinales.

1.4.2. Medios masivos de comunicación

La parroquia Los Encuentros es el sitio desde donde opera el único canal de televisión en señal abierta, propio de Zamora Chinchipe. La señal de Televisión Católica Los Encuentros cubre seis de los nueve cantones que tiene la provincia en general; por lo tanto, su nivel de influencia es alto, dado que su programación se destaca por abordar temas relacionados con el contexto local y provincial.

Otro canal de televisión nacional de señal abierta que es sintonizado en la zona es Gama TV; a este se suma el servicio de Direc TV y el sistema de televisión por cable que ofrece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, opciones a las que acceden las familias con mayores ingresos económicos porque son sistemas de televisión pagados.

El territorio parroquial de Los Encuentros también recibe la influencia de medios radiofónicos locales: Radio Romántica, Radio Amazonas, Radio La Voz de Zamora y Radio Integración.

Los medios impresos que circulan en el lugar son: Diario La Hora y Diario Centinela; a estos se suma el periódico online Zamora en Directo.

1.4.3. Servicio de Internet

El acceso a la Internet está limitado exclusivamente para quienes habitan en el centro parroquial de Los Encuentros. El número de habitantes que acceden a este servicio son alrededor de 1.184 personas. Cabe señalar que desde el año 2011 la empresa minera Kinross, financia el servicio de Internet gratuito en cinco puntos estratégicos (Colegio, Diez de Noviembre, Escuela Gabriela Mistral, Centro de Salud, TV Católica Los Encuentros, GAD Los Encuentros y el mecanismo de conexión Wi-Fi en el parque central). En la actualidad existen otros proveedores como la Corporación Nacional de Telecomunicaciones y agentes privados que ofrecen el servicio domiciliario de Internet de acuerdo a las necesidades de cada usuario.

1.4.4. Telefonía fija

De acuerdo con el (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011, p. 24), desde el 2010 hasta mayo del año 2013 se utilizó la telefonía inalámbrica CDMA 450.

En la actualidad la parroquia Los Encuentros dispone de más de 200 líneas de telefonía fija y 68 puertos de Internet en la zona urbana, líneas que se suman a las 350 dispuestas hasta antes de la aplicación del nuevo sistema. Cabe señalar que en las zonas rurales de la jurisdicción parroquial, se sigue empleando la telefonía inalámbrica CDMA 450.

1.4.5. Telefonía celular

En el año 2012 se inauguró el servicio de Claro y Movistar en la parroquia Los Encuentros. Hoy el 60% de la población total usa el celular como una herramienta de comunicación efectiva en la zona.

1.4.6. Página Web

El GAD de la parroquia Los Encuentros cuenta con la página Web: losencuentros.gob.ec, la misma que fue diseñada por el secretario de la institución y sin la asistencia técnica de ningún profesional en diseño gráfico e informática. Se lo hizo para cumplir con la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, año 2004, p.8.

Art. 7. Difusión de la información pública

Por la transparencia en la gestión administrativa que están obligadas a observar todas las instituciones del Estado que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República, y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta ley se la considera de naturaleza obligatoria.

Según la información proporcionada por el secretario de la institución, en la página Web se publican temas relacionados con la rendición de cuentas desde el año 2010 hasta el 2013; aspecto que no pudo ser comprobado por las investigadoras dado que no se puede acceder a la misma; por lo tanto, se deduce que es una herramienta de comunicación que no está vigente.

Se requiere que las autoridades locales reflexionen sobre la importancia que hoy en día representa disponer de una página Web bien diseñada, que resulte útil, con información interesante y bien ordenada. El contenido y el diseño de estos espacios informativos ayudarán significativamente a crear y/o mantener vínculos con los “stakeholders” más relevantes y a proyectar una imagen de transparencia, actualidad y cercanía con sus públicos.

1.4.7. Correspondencia

La correspondencia por escrito sigue siendo la más utilizada entre las instituciones de la parroquia Los Encuentros y la provincia en general. Cualquier solicitud, reclamo u otro tipo de mensajes formales, los líderes comunitarios y autoridades locales lo emiten o reciben por escrito. El GAD de la parroquia Los Encuentros recibió 718 oficios durante el año 2013 y emitió alrededor de 319 comunicaciones en el mismo periodo.

1.5. Planificación de comunicación

El Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros no cuenta con el apoyo de una persona o departamento encargado de gestionar las comunicaciones internas y externas. En la actualidad las principales herramientas empleadas para relacionarse con sus principales públicos son la correspondencia escrita, la atención personalizada en las oficinas del GAD y la participación en reuniones comunitarias propuestas por los representantes de diferentes instituciones o barrios para abordar algún tema en específico.

El GAD de la parroquia Los Encuentros en promedio recibe la visita de 240 personas al mes. Participa en 15 reuniones aproximadamente cada mes con

líderes comunitarios y más miembros de la comunidad en general. Los funcionarios que mayor contacto tienen con los diversos “stakeholders” son el presidente y el secretario.

Del presupuesto anual que administra el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros que asciende a 282.393,48 dólares americanos, no se asigna un rubro directamente para comunicaciones. Existe un monto de 2.000,00 dólares americanos que lo asignan para publicaciones en medios masivos de comunicación, trípticos y la revista informativa de labores. Todas estas herramientas sirven principalmente para promocionar las fiestas de la localidad y las obras ejecutadas durante el año.

1.6. Servicios que brinda

El objetivo general del GAD de Los Encuentros, según detalla el (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011, p. 7), es “alcanzar el desarrollo armónico y equilibrado de la parroquia, con sujeción a las Leyes, políticas y objetivos nacionales y seccionales que promuevan la sostenibilidad del territorio y sus recursos naturales y el régimen del bienestar y el buen vivir de la población”.

Hasta antes de la Constitución redactada en Montecristi en el año 2008, los gobiernos parroquiales rurales se limitaban a coordinar y gestionar ante los otros gobiernos seccionales como municipios y consejos provinciales.

En la actualidad los gobiernos parroquiales rurales ejercen competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley.

1.6.1. Competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados

De acuerdo al artículo 267 de la Constitución de la República del Ecuador, (2008, p. 132), los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

- Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.

- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
- Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.
- Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, emitirán acuerdos y resoluciones.

1.7. La guía del negocio

El accionar de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales en general, gira en torno a un marco legal vigente en el Ecuador que se resume en cuatro documentos principales:

- La Constitución de la República del Ecuador
- El Plan Nacional para el Buen Vivir
- Ley Orgánica del Servicio Público
- El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

Los instrumentos legales antes señalados ofrecen las directrices generales que guían el accionar del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la

parroquia Los Encuentros. Sin embargo, hay que señalar que cada periodo administrativo refleja ante los públicos externos un estilo particular de hacer administración pública. Esto se da porque los líderes que gobiernan son transitorios y cada uno de ellos lleva consigo un modelo de gestión que lógicamente tiene ciertas particularidades que terminan influyendo a nivel de toda la institución y proyectando una imagen que puede ser percibida de diferente manera.

A continuación se detallan los principales ejes de acción del GAD de Los Encuentros:

1.7.1. Administración y distribución del presupuesto anual

De acuerdo a lo previsto en el Presupuesto General del Estado, el GAD Los Encuentros recibe la cantidad de 282.393,48 dólares americanos, los mismos que son distribuidos de la siguiente manera:

1.7.1.1 Presupuesto

Tabla 4. Presupuesto

EJE DE ACCIÓN	INVERSIÓN
Vialidad	50.000,00
Turismo	10.000,00
Producción	10.000,00
Infraestructura física	20.000,00
Apoyo socio cultural	9.000,00
Gastos administrativos	183.393,48
TOTAL	282.393,48

Tomado de GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

Desde el año 2012, el GAD de la parroquia Los Encuentros con el objetivo de alcanzar una distribución presupuestaria equitativa entre sus 17 comunidades aplica el modelo de gestión denominado “presupuesto participativo”, el mismo que consiste en asignar una puntuación de acuerdo a la evaluación de tres parámetros fundamentales:

- Población (60%), verifica el número de personas que habitan en cada comunidad.
- Pobreza por necesidades básicas insatisfechas (30%), verifica si las comunidades cuentan con agua potable, alcantarillado, comunicaciones, energía eléctrica, cobertura de salud.
- Participación comunitaria (10%), verifica la asistencia a convocatorias realizadas por el GAD y la comunidad.

Aplicar el “presupuesto participativo”, también implica sostener reuniones en cada comunidad; ahí se escucha las necesidades planteadas por los pobladores y se canaliza aquellas peticiones de acuerdo a la disponibilidad económica para el sector.

1.7.2. Conseguir alianzas estratégicas

Como se explica en el ítem anterior, resulta reducido el presupuesto general del GAD de Los Encuentros; por ello los líderes del gobierno local se esfuerzan en conseguir alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas con el objetivo de lograr suscribir convenios de cooperación interinstitucional que le permita captar dineros extrapresupuestarios y ejecutar un mayor número de obras en los diferentes sectores.

Durante el año 2013, el GAD Los Encuentros firmó 31 convenios, lo que en términos económicos refleja un monto extrapresupuestario de \$ 6.550.000,00 dólares americanos.

El principal apoyo extrapresupuestario según el Gobierno Local lo recibió de la empresa pública Ecuador Estratégico EP (\$ 5.150.000,00 USD) y de la empresa privada Kinross (\$ 1.400.000,00 USD).

1.7.3. Posicionamiento político del líder

Las autoridades del GAD Los Encuentros son electas por votación popular cada cuatro años. La mayoría de los líderes institucionales desean ser reelectos para un siguiente periodo de administración; por ello, siempre buscan

posicionarse positivamente ante la ciudadanía para ganar la confianza de los electores y de esta manera conseguir ser reelectos.

El actual presidente del GAD Los Encuentros mediante entrevista expresó: “Si la ciudadanía propone mi nombre para una reelección y el movimiento político al que pertenezco comparte aquel criterio, aceptaré ser candidato nuevamente para postular por el cargo de presidente del GAD Los Encuentros y seguir trabajando por mi parroquia”.

Un factor importante de análisis es que por el anhelo de ser reelectos, las autoridades a veces caen en el error de emitir en sus discursos mensajes que pueden ser confundidos por los públicos externos como acciones particulares de buena fe; alejando de esta manera la misión institucional que es la de trabajar por mejorar la reputación de toda una institución.

1.7.4. Fortalecimiento institucional

Bajo el enfoque de las responsabilidades institucionales y para generar bienestar, es necesario impulsar el desarrollo de las personas. Para fortalecer a una institución, necesariamente se debe incluir en el Plan Operativo Anual el entrenamiento de los públicos internos con el objetivo de potencializar o actualizar los conocimientos con enfoque de las responsabilidades que tiene la institución a la que pertenecen.

El GAD Los Encuentros es el nombre de una institución pública que para posicionarse como una institución reputada, tiene que disponer de funcionarios innovadores, ágiles y capaces de establecer nuevos métodos y procesos que hagan de la gestión pública un modelo eficiente. Hacer más con menos, debería ser la frase que inspire a sus empleados y autoridades a tener una cultura de alto desempeño.

En la actualidad, el GAD Los Encuentros no tiene entre su programación un plan de entrenamiento para sus funcionarios; aquel problema se revierte en que no se genere un mayor número de proyectos que les permita como institución proponer acciones a largo plazo. El presidente ve a la planificación y

elaboración de proyectos como una herramienta que amplía las posibilidades de generar mayor impacto en el territorio donde trabaja. Hacer gestión hoy, ya no se limita a elaborar una solicitud y esperar una respuesta; conlleva elaborar en detalle propuestas que claramente expresen los compromisos de las partes cooperantes de un proyecto y garanticen la sostenibilidad a largo plazo.

1.7.5. Rendición de cuentas

Hoy la rendición de cuentas es un proceso de cumplimiento obligatorio que debe contener información completa y específica según lo dispone la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública que debe ser puesta a consideración de la evaluación y la retroalimentación ciudadana.

La rendición de cuentas promueve la corresponsabilidad de autoridades y población respecto a la gestión de lo público; además, contribuye para fortalecer vínculos y permite una gestión democrática, eficaz y transparente que busca prevenir la corrupción.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) del Ecuador tienen la obligación de informar, justificar y responsabilizarse de la actividad económico-financiera que han realizado durante un año.

De acuerdo a la Guía Referencial para el Ejercicio de la Rendición de Cuentas, (2011, p. 16) propuesto por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, se debe rendir cuentas al menos sobre los siguientes aspectos:

- Cumplimiento de herramientas de planificación.
- Planes de trabajo (en caso de autoridades electas)
- Ejecución de presupuesto.
- Presupuesto participativo.
- Contratación de obras y servicios.
- Cumplimiento de recomendaciones y pronunciamientos de la Función de Transparencia y Control Social, así como de la Procuraduría General del Estado.
- Compromisos asumidos con la comunidad.

1.8. Públicos al que se dirige

El Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros sostiene relación con los siguientes “stakeholders”:

1.8.1 Públicos

Tabla 5. Públicos

PÚBLICOS INTERNOS		
SECCIÓN	CARACTERÍSTICAS	NOMBRE
Junta Parroquial	<ul style="list-style-type: none"> - Integrado por el Presidente y Vocales. - Tienen participación en la toma de decisiones. - Pertenecen a diferentes partidos y movimientos políticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Carlos Chamba - Fabián Palacios - Manuel Cabrera - Pedro Arévalo - Alberto Contento - Rosa Masache - Irene Masa - Alba Castillo - Mariana Reyes - Melania Gonzaga
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> - Tienen posiciones amigables. - Constituyen micro-medios (con un potencial de transmisión de imagen positiva enorme). - Son generadores de reputación corporativa. - Es un público con diferentes niveles de especialización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Yasmany Curimilma - José Quilambaqui - Eduardo Alarcón - Lady Chamba - Omar Anguisaca - Marco Chamba - Manuel Sagbaicela - 8 Promotoras sociales
PÚBLICOS EXTERNOS		
SECCIÓN	CARACTERÍSTICAS	NOMBRE
Proveedores de bienes y servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Su trabajo influye en la competitividad. - Variables importantes: calidad, precio y servicio - Público con diferentes niveles de especialización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compañía de transporte Edén de la Amazonía. - Compañía de transporte Los Panchos - Ferretería Quezada - Ferretería Chamba - Ferretería López - Crediza - Promusa - Comercial Rogel - Artes Motete - La Reforma - Papelería Fernaber
	<ul style="list-style-type: none"> - Cliente más importante en materia comunicativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alonso de Mercadillo - Achunts - La Centza - El Pincho - El Padmi - El Zarza

Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene nuevas necesidades continuamente. - Público con diferentes niveles de especialización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jardín del Cóndor - La Merced - Los Almendros - Los Encuentros - Muchime - Nankais - Numbayme - Nunguí - El Pindal - San Luis del Vergel - Santa Lucía
Entidades privadas	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia experiencia en planificación y desarrollo organizacional a ser empleada como referente. - Aplican altos estándares de cuidado ambiental, seguridad industrial y responsabilidad social corporativa para mantener la licencia legal y social que les permita operar en la zona. - Es un público especializado. - Agente financiador de proyectos 	<ul style="list-style-type: none"> - Compañía minera Kinross
Entidades públicas	<ul style="list-style-type: none"> - Elevado grado de formalización y normativa. - Relación continua y a diferentes niveles (local, regional, nacional) - Son agentes financiadores de proyectos. - Público especializado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empresa Pública Ecuador Estratégico - Instituto para el Ecodesarrollo Regional Amazónico-ECORAE - Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca-MAGAP - GAD provincial de Zamora Chinchipe. - GAD cantonal de Yantzaza. - Asociación de Juntas Parroquiales de Zamora Chinchipe.
Medios de comunicación local	<ul style="list-style-type: none"> - Influyen en el entorno. - No tienen retribución directamente vinculada con el receptor de la información. - Están integrados por periodistas, abogados y comunicadores empíricos. - Dan a conocer la evolución general de instituciones públicas y empresas privadas. - Su visión e interpretación crea opinión pública. - Público especializado. 	<ul style="list-style-type: none"> - TV Católica Los Encuentros. - Radio Romántica - Radio Amazonas - Radio La voz de Zamora. - Radio Integración - Diario La Hora - Diario Centinela - Zamora en Directo
Entidades financieras	<ul style="list-style-type: none"> - Elevado grado de especialización. - Actúan como inversores y auspiciantes. - Público especializado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Banco del Estado - Banco de Fomento

Tomado de GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

CAPÍTULO II

2. LA COMUNICACIÓN: HERRAMIENTA ESENCIAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN

2.1. Definiciones de comunicación

Según López (2001, p. 32) desde el punto de vista etimológico el vocablo comunicación viene del término griego “Koinoonia” que significa a la vez comunicación y comunidad.

La sociedad en general es consciente de la trascendencia de la comunicación en el desarrollo de las estrategias empresariales e institucionales. A continuación desarrollaremos las múltiples definiciones que destacados autores han realizado sobre comunicación.

Por su parte Reinares, Calvo (1999, p. 2) manifiesta que las teorías de Shannon y Jakobson se aproximan más al concepto actual de comunicación. Según Shannon, cualquier proceso de comunicación está compuesto por una fuente de información que produce mensajes, un transmisor que es capaz de convertir los mensajes en señales adecuadas para poder ser transmitidas, un canal que transporta las señales, un receptor que decodifica dichas señales y reconstruye el mensaje original y un destino final de los mensajes.

A su vez, Jakobson habla de: destinador, mensaje, contexto de referencia, canal, código y destinatario. En cualquier caso, asumiendo las pequeñas diferencias existentes entre ambos modelos, a partir de ello se puede desarrollar conceptualmente el proceso de comunicación tal y como se conoce en nuestros días.

También Saló (2005, p. 11) dice que la comunicación es “un proceso dinámico e irreversible, intencional y complejo, mediante el cual intercambiamos e interpretamos mensajes significativos en un contexto determinado”.

En la obra El Dircom Hoy (Costa, 2010, p. 39) se señala que “la comunicación es acción y la acción es comunicación. No se puede concebir una acción

comunicativa sino como una más de las decisiones y actuaciones reales de la empresa, sea en el ámbito financiero, tecnológico, comercial o el que sea”.

Otro reconocido investigador y catedrático, Guillermo Bosovsky, expresa que la comunicación es una producción intersubjetiva de significaciones. La comunicación empresarial es el resultado de un proceso interactivo en el cual lo esencial no es la información o las consignas que “navegan” desde los emisores a los receptores, ni la retroalimentación que “navega entre los receptores y los emisores”.

La comunicación es interacción en un acto de creación conjunta. Comunicar es comunicarse entre la empresa y sus públicos. Es comunión entre emisor y receptor. Es participar en un diálogo por el cual se genera una producción de sentido. Comunicar 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.

Comunicar es influirse mutuamente, es aprender y enseñar. Es proponer algo, es responder respecto a algo, es mejorar, es aprender a ponerse en el lugar de los otros, es aprovechar a los otros para desarrollar nuestras aspiraciones y nuestros proyectos.

La base y el fundamento de la comunicación empresarial no es emitir mensajes sino dialogar. Cuando aquí se habla de “dialogar” no se alude a conversaciones informales, sino a la realización de investigaciones y a la auditoría de imagen global de la empresa (Bosovsky, 2011, pp. 4-5).

2.2. Doctrinas de la comunicación

La comunicación dejó de ser simplemente un intercambio de información para convertirse en una compleja red de sistemas y profundas teorías que relacionadas con otras ciencias impulsan el desarrollo del hombre.

En 1948 nace la Ciencia de las Comunicaciones o de la Información con la fusión de tres doctrinas fundamentales:

2.2.1. La economía de información

Tabla 6. La economía de la información

DOCTRINAS	AUTORES PRINCIPALES
Cibernética o sistémica	Wiener, McCulloch, Ashby, Moreno, Bertalanffy, Couffignal.
Teoría de la retroacción	Poincaré, Vanderpol y el equipo de cibernéticos alemanes.
Teoría de la información	Wiener, Shannon, Jakobson, Moles.

Tomado de Libro El DirCom hoy, del autor Joan Costa

- Teoría general de Sistemas. El grupo de científicos llegaron a reconocer la unidad esencial de la comunicación, el control y la mecánica estadística, bien en la máquina, bien en el tejido viviente... Decidieron denominar a toda la materia referente al control y teoría de la comunicación, ya sea en la máquina o en el ser vivo, con el nombre de Cibernética. “La información es información, no es materia ni energía”. Con esta frase, Norbert Wiener pulverizó el viejo sistema económico industrial que únicamente se basaba en el capital, la producción, la administración y la organización. Desde entonces sabemos bien que los humanos intercambiamos materia (cosas), energía (actos) e información (mensajes).

En unos años, la Cibernética vio crecer enormemente sus campos a todas las ciencias y fue transformada y ampliada por Lüdwig Von Bertalanffy en su *Teoría general de sistemas*. Fue en origen una concepción totalizadora de la biología (denominada "organicista"), bajo la que se conceptualizaba al organismo como un sistema abierto; es decir, no pueden sobrevivir sin intercambiar continuamente materia y energía con su entorno. Si separamos un organismo viviente de su entorno morirá debido a la carencia del oxígeno, agua, y alimentos.

La teoría de sistemas comprende un conjunto de enfoques que difieren en estilo y propósito, entre las cuales se encuentra la teoría de conjuntos (Mesarovic), teoría de las redes (Rapoport), cibernética (Wiener), teoría

de la información (Shannon y Weaver), teoría de los autómatas (Turing), teoría de los juegos (von Neumann), entre otras. Por eso, la práctica del análisis aplicado de sistemas tiene que emplear diversos modelos, de acuerdo con la naturaleza del caso y con criterios operacionales, aun cuando algunos conceptos, modelos y principios de la Teoría General de Sistemas son aplicables a grandes rasgos a sistemas materiales, psicológicos y socioculturales.

- **Teoría matemática de la información.** Shannon dio al concepto subjetivo y empírico de “informaciones” (las noticias) una expresión matemática, una magnitud mensurable universal que permite medir la cantidad de complejidad de una lengua, una música, una organización o el patrimonio genético de un individuo. Información es la medida en bits de la complejidad y la inteligibilidad de los sistemas o las organizaciones estudiando la información y todo lo relacionado con ella: canales, compresión de datos, criptografía y temas relacionados. De Shannon y Weaver en 1948 habla del primer modelo de comunicación: Fuente-Codificador-Mensaje-Canal-Decodificador-Destino.

Un concepto fundamental en la teoría de la información es que la cantidad de información contenida en un mensaje es un valor matemático bien definido y medible. El término cantidad no se refiere a la cuantía de datos, sino a la probabilidad de que un mensaje, dentro de un conjunto de mensajes posibles, sea recibido.

- **Teoría de la retroacción.** El proceso de la comunicación no es lineal, sino que es circular y continuo. El mecanismo que lo sustenta en el espacio-tiempo es la interacción; esta se basa en la retroacción (acción en retorno o feed back). La comunicación no se limita a enviar mensajes, sino a intercambiar actos y significados. “Todo comunica”: los hechos, los mensajes, las relaciones de una empresa, incluso lo que es transmitido inconsciente o involuntariamente. (Costa, 2010, pp. 20-21).

2.3. Los públicos como elemento clave en la comunicación

Analizar los elementos de la comunicación con una visión lineal sería demasiado simplista como lo expresa Guillermo Bosovsky. En la comunicación empresarial o institucional, es un proceso interactivo, vivo y en evolución continua; es un diálogo entre dos polifonías: Polifonía EMPRESA y Polifonía PÚBLICOS. Cada emisor o receptor es visualizado como una pluralidad de individuos.

En la comunicación empresarial hay un liderazgo, pero no hay un solo emisor; las múltiples voces y fuentes actuantes como: altos directivos, soportes visuales de su identidad corporativa, los empleados, vendedores, folletos, anuncios, sindicatos, etc., son un conjunto heterogéneo que de forma permanente emiten mensajes y producen efectos sobre la imagen que tienen en la mente los distintos públicos de la empresa. Por lo tanto, no existe una realidad unitaria que pueda ser definida como “la voz de la empresa”.

Los “receptores” de la comunicación son todos los públicos que conforman la empresa y todos los públicos con los que ella se relaciona. Los RECEPTORES son los que alimentan a los EMISORES en el inicio del proceso comunicacional; ellos son quienes inspiran y originan mensajes.

Gestionar esta polifonía es responsabilidad del director de comunicación, aquello lo hace diseñando una estrategia global que responda a la identidad corporativa de la empresa. Para ello debe emplear recursos valiosos como la investigación estratégica y la auditoría de imagen global de la empresa.

También resulta simplista pensar que la comunicación empieza desde el emisor hacia el receptor y termina con la retroalimentación. La empresa siempre quiere comunicar algo a alguien; es decir, los públicos (receptores) son los provocadores de la existencia misma de la comunicación y que además dan impulso, significado, sentido a los mensajes y también retroalimentan al emisor.

Definitivamente los RECEPTORES están en el origen de los actos de comunicación, puesto que son ellos quienes provocan las ideas del EMISOR.

No se tiene ideas sino se tienen unos públicos para los que tener esas ideas. Estos públicos son receptores en ciertos procesos y momentos de los actos de comunicación y son emisores en otros. La comunicación de la empresa es un complejo entramado intersubjetivo de intenciones, relaciones, mensajes, acciones y reacciones de diversos protagonistas. Por ello, ahora la comunicación empresarial se grafica de manera diferente a la propuesta por el concepto lineal de comunicación, (Bosovsky, 2011, pp. 5-14).

2.3.1. Concepción del sentido de comunicación

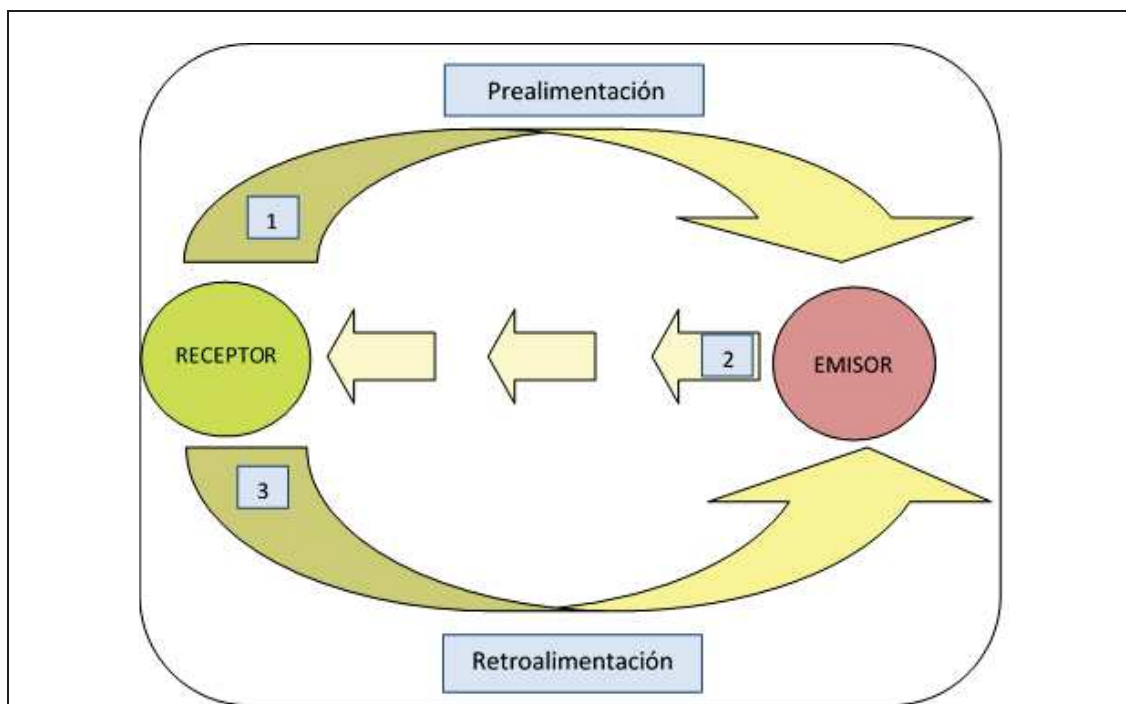


Figura 5. Concepción del sentido de comunicación

Tomado de Guía académica de investigación estratégica y auditoría de imagen global, del autor Guillermo Bosovsky Favre

En el gráfico anterior el receptor desempeña una función tan importante como el emisor y nos demuestra que la esencia de la comunicación reside en procesos de relación e interacción así como considera que todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo.

2.4. Tipos de comunicación

El ser humano es sociable por naturaleza, se comunica desde que nace hasta que muere. Por el hecho de vivir en sociedad, es decir con otras personas o grupos humanos, necesariamente debe comunicarse.

En el proceso de comunicación podemos distinguir dos tipos de comunicación: la comunicación verbal y la no verbal.

- **La comunicación verbal:** es aquella que se realiza a través de las palabras. Aquí encontramos las expresiones orales y las expresiones escritas.

En la comunicación verbal las palabras son habladas o escritas. Para que la comunicación cumpla con su cometido o en otras palabras sea eficaz, el emisor y el receptor deben entender el mensaje; además de escuchar las palabras y los sonidos, las personas reconocen que otros factores como el tono de voz, su calidad y sus amplificaciones influyen en el mensaje y son componentes esenciales de la valoración de la comunicación.

- **La comunicación no verbal:** actualmente cada vez son más importantes los sistemas de comunicación no verbal. Mientras dialogamos con alguien, solo una pequeña parte de la información que obtenemos de esa persona procede de sus palabras. Los investigadores han estimado que entre el sesenta y el setenta por ciento de lo que comunicamos lo hacemos mediante gestos, la apariencia, la postura, la mirada y la expresión, a esto llamamos comunicación no verbal que se realiza a través de multitud de signos de gran variedad: Imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas...), sonidos, gestos, movimientos corporales, etc.

2.5. Identidad, imagen y reputación

La identidad es el ADN de la organización, es el fundamento, es la definición y la razón de ser de la marca, porque le permiten identificar y definir características que la diferencian de otras organizaciones. Sin identidad no se crea la imagen; en otras palabras, la imagen de una organización debe concordar con la identidad de esta para poder ser comunicada a los destinatarios.

En el campo de las empresas se distinguen algunos “rasgos” que todas ellas comparten: un nombre, una historia, una ubicación geográfica, un signo que las identifica, un rubro de actividad, etc. Estos rasgos y muchos otros son compartidos por las empresas, pero en la práctica cada una de ellas intenta que los mismos sean únicos; es decir, que se diferencien lo más posible del resto de manera tal que los públicos puedan identificarlas rápidamente con solo verlas.

La identidad ya sea de cosas, personas u organizaciones se define por medio de tres componentes básicos según lo expone (Fuentes, 2012, p. 56-57).

Qué es	La organización como se define (concepto)
Qué hace	Los atributos que se quieren posicionar (vive)
Qué aspira	Lo que planea la organización (proyecta)

Las marcas que tienen definida claramente su identidad difunden nítidamente estos tres conceptos, generando mensajes que se quiere proyectar a los “stakeholders” de la organización y que se evidencian en el conjunto de signos: verbales, visuales, culturales, objetuales y ambientales. Porque al tener claro el ADN de la empresa podemos generar toda la estrategia de funcionamiento y de imagen.

La identidad es el primer factor a tener en cuenta en la creación, planificación o reestructuración de una empresa o institución y es importante identificarla y

consolidarla porque nos ayuda para diseñar una estrategia de comunicación que logre reflejarla de manera notoria y eficaz. La identidad debe ser traducida de la manera más clara a una imagen, física y conceptual, que será el vehículo de nuestra comunicación con los destinatarios. Construir imagen es comunicar, expresar la identidad por todos los recursos posibles y este es para Joan Costa el primer reto y el más permanente del DirCom.

Una vez construida la estructura de la identidad debe ser incorporada sistemáticamente en la estrategia y las tácticas de la empresa, para desarrollar una imagen global fuerte, singular, sin fisuras. Esta esencia de la identidad transmite valor a la empresa y se revierte más tarde en confianza y reputación.

La imagen es de tal visibilidad que al construirse permite mostrar un modo de hacer que fue planificado, organizado, pensado y que pretende proyectarse.

Definitivamente, lo que se dice y hace en una empresa debe ser coherente porque influye sustancialmente en la construcción de la imagen empresarial. Muchas de las veces los hechos o eventos en concreto pasan con rapidez y son los mensajes y la percepción que el público tiene de una empresa lo que perdura en el tiempo.

La imagen es el más general de los activos intangibles de la empresa y resulta del producto de experiencias sensoriales (percepción) y psicológicas (vivencias). La imagen de la empresa es objetiva, más universal y de mayor alcance y proyección para construir reputación.

Por otra parte, (Guisasola, 2003) destaca en la revista electrónica Razón y Palabra la importancia de crear una imagen empresarial y cita parte del libro Imagen Corporativa del siglo XXI de Joan Costa, en el siguiente párrafo:

“Estratégicamente y operativamente la imagen ilumina el estilo y la conducta de la empresa; el sentido de las decisiones que toma y realiza; su modo propio de concebir productos y/o servicios y de innovar; su personalidad exclusiva y su manera distintiva de comunicar, de conectarse con los públicos y de relacionarse con ellos. La imagen

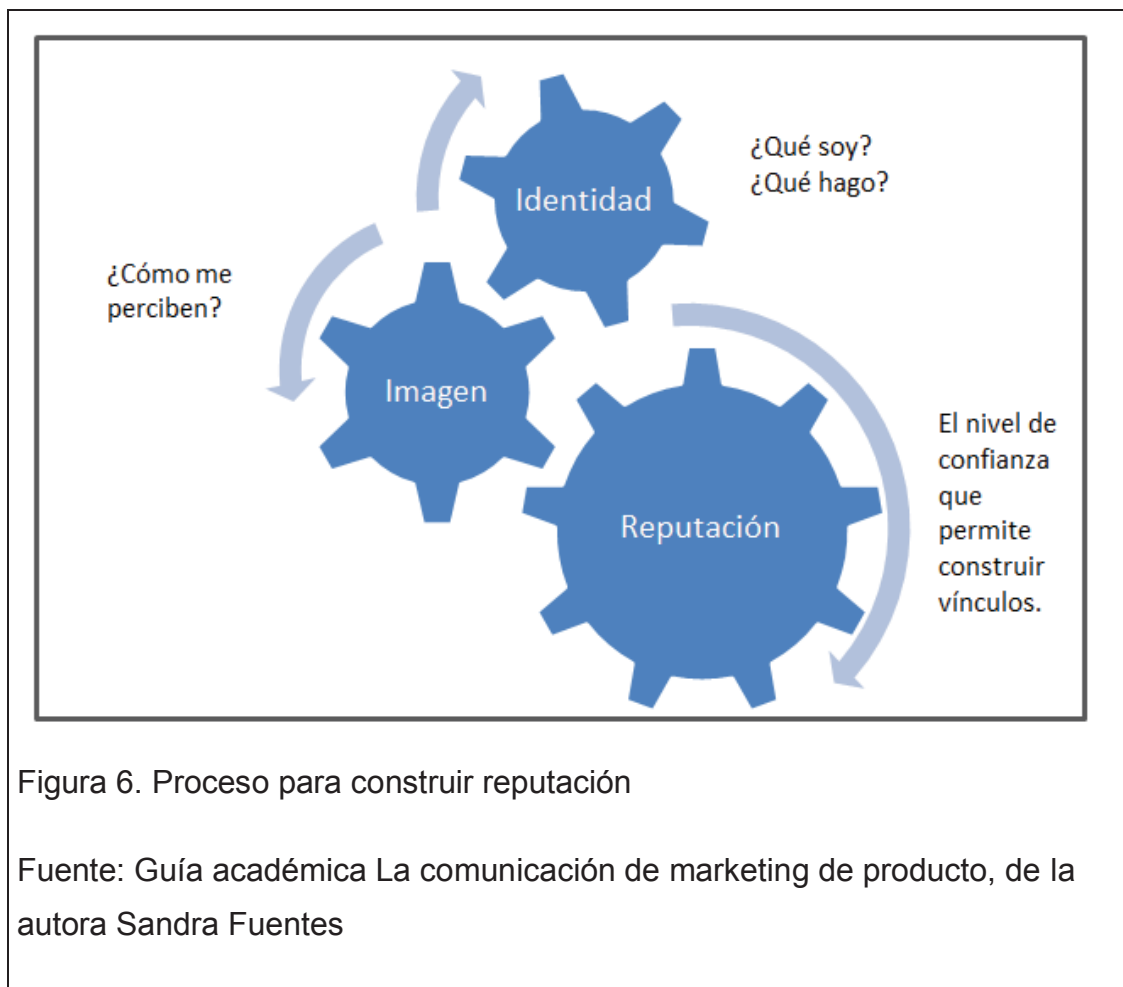
posee unas condiciones excepcionales que atraviesan toda la dinámica de la empresa hasta el largo plazo”.

En este mismo tema, (Buenaventura, 2011, p. 30) manifiesta: “Si el DirCom de una organización no cuenta con un diagnóstico de imagen, sino investiga a los públicos relevantes, será el fracaso de su gestión porque le toca planificar y decidir cosas, desde sus impulsos, intuiciones, experiencias y habilidades, y por lo tanto le resulta imposible trabajar con la imagen, la identidad y la comunicación como un todo”.

Por otra parte, Ritter (2012, pp. 81-82) señala que: “La reputación es la suma de las percepciones que los distintos públicos tienen y fijan de una persona o una institución a lo largo del tiempo. Está vinculada fundamentalmente a la actitud, a la conducta y a la ética de las organizaciones y de los miembros que la integran. Esta conducta se monta sobre una plataforma de principios y de valores, es decir, de la ética que se practica realmente, no de la que se declama, que es parte de la construcción de la imagen. En este sentido, la reputación es el resultado de la consistencia o no, de cómo la empresa materializa la promesa que se emana de su identidad”.

Para concluir, es importante destacar que la identidad debe estar bien definida y ser sólida para que se pueda proyectar de la mejor manera hacia los distintos públicos y se genere en los receptores una buena imagen de la organización, aspecto al que se le sumará las experiencias personales que terminarán haciendo posible la construcción de vínculos basados en la confianza que en definitiva se revertirá en fijar la reputación corporativa.

2.5.1 Proceso para construir reputación



2.6. Diferencias entre imagen y reputación

Las principales diferencias entre los conceptos de imagen y reputación que señala Ritter, (2012, p. 82) son:

2.6.1. Imagen y reputación según Ritter

Tabla 7. Imagen y Reputación

IMAGEN	REPUTACIÓN
Es controlada por la empresa.	Es controlada por los "stakeholders".
Se construye.	Se gana.
Cada persona puede tener diferentes imágenes de la misma empresa en diferentes momentos.	Es la percepción consensuada de los públicos de interés a través del tiempo (distintos "stakeholders" pueden tener

	distintas percepciones de la misma empresa).
Es una fotografía instantánea.	Es la consecuencia de muchas imágenes. Es la película.
Puede modificarse cuando y como se desee.	Reposicionarla es casi imposible.
Es de carácter coyuntural.	Es de carácter estructural.
Gira alrededor de la publicidad.	Gira alrededor de todo el marketing-mix y de la cultura organizacional.
La publicidad puede crear una imagen sin reputación.	La reputación puede ser ganada sin publicidad.
Se basa fundamentalmente en lo visual e icónico.	Se basa fundamentalmente en lo verbal y en la conducta.
Porque se refiere al impacto, está asociada al mundo de las emociones.	Porque es producto de un análisis reflexivo sobre la experiencia, está asociada a la razón.
Genera expectativas.	Genera valor.

Fuente: Guía El valor del capital reputacional, del autor Michael Ritter

Por su parte Villafañe (2006, p. 52) expone el mismo tema de la siguiente manera:

2.6.2. Imagen y reputación según Villafañe

Tabla 8. Imagen y Reputación

IMAGEN	REPUTACIÓN
Proyecta la personalidad de la organización.	Es resultado del reconocimiento de la organización.
Carácter coyuntural y efectos efímeros.	Carácter estructural y de efectos duraderos.
Difícil de objetivar.	Verificable.
Genera expectativas sólidas a la oferta.	Genera valor consecuencia de la respuesta.
Se construye fuera de la organización.	Se genera desde el interior de la organización.

Adaptación del libro Villafañe Justo

2.7. Fases de análisis de la imagen

Las empresas son mundos en acción, organismos de alta complejidad, inmersas en un universo de cambios constantes y en expansión: los mercados, las instituciones, la sociedad, el mundo global. Todo cambio interno y externo

afecta sin lugar a dudas a la empresa en su imagen y exige de ella respuestas eficientes en su toma de decisiones y en sus formas de relacionarse, de gestionar y de actuar.

Para Fuentes (2012, pp.68-69), el diseño, gestión y construcción de una imagen es un ejercicio de dirección, de percepción que inicia con las tres fases de análisis para determinar la imagen ideal, real, estratégica que se quiere proyectar.

- **La imagen ideal.** Es definir la identidad que se quiere proyectar. Se define al realizar la sumatoria de cinco signos (verbal, visual, cultural, objetual y ambiental). Esta definición se construye en conjunto entre todos los públicos de la organización, porque esta será su cara hacia el mundo. En esta instancia se definen los atributos de la marca y cuáles son los significados por los que quieren ser reconocidos, recordados y diferenciados.
- **La imagen real.** Es la percepción actual que los diferentes públicos tienen de la organización. Este análisis se logra a través de un diagnóstico donde se determinan la imagen objetiva y subjetiva existente.
- **La imagen estratégica.** Son las acciones que se formulan para evolucionar de la imagen real a la ideal. En esta etapa se inicia la formulación de acciones estratégicas que permiten posicionar a la organización con los atributos y la identidad definidos.

Una organización no puede proyectar algo que no es o que no ha definido. Por esto el primer paso para crear una imagen es fortalecer su cultura, sus políticas, su infraestructura, sus costumbres, sus espacios y en general fortalecerse en sí mismos; este proceso se inicia al interior de la organización, quienes son los que presentarán la imagen. Además de los colaboradores, los medios de comunicación juegan un rol determinante en algunos casos positivo y en otros negativo, porque son a través de ellos donde se inicia la imagen externa, que a su vez es alimentada por las interrelaciones personales y las experiencias que han tenido con la empresa.

2.8. Factores de imagen

De acuerdo a Ritter (2012, pp. 121-122), en la actualidad existe un consenso en la definición de seis factores fundamentales de imagen que a su vez son considerados los pilares de la reputación para las organizaciones.

- **El desempeño financiero.** Este factor abarca los atributos relativos al rendimiento de su gestión operativa y financiera. Los atributos medidos incluyen “un rendimiento financiero fuerte” y “eficiente gestión de sus negocios” y “orientada a resultados”.
- **La calidad de productos y servicios.** Este factor de imagen resume los atributos de cómo la empresa crea valor para sus clientes y usuarios finales. Entre otros, los indicadores miden los atributos. “La empresa ofrece productos de alta calidad” y la percepción de sí “brinda un apoyo confiable a sus clientes”.
- **El propósito, la ética y la responsabilidad social.** Las declaraciones de su misión describen el enfoque de la compañía y su compromiso para hacer del mundo un lugar mejor. Los atributos que incluyen se relacionan al compromiso de la empresa con el medioambiente y la comunidad y se expresan a través de atributos como “ambientalmente responsables” y “es una empresa socialmente responsable”.
- **La estrategia, la gestión y el liderazgo.** Aquí se refleja el liderazgo de la compañía, su misión, la calidad de su gobierno corporativo y sus competencias. Sus indicadores miden atributos como “la empresa tiene líderes fuertes y humanos”, “tiene un management de excelencia” y “la empresa es reconocida como líder en su campo”.
- **La relación emocional.** Este factor de imagen describe la conexión emocional que el público tiene de una empresa. Los atributos incluyen a la “calidad del contacto humano”, “es para gente como yo” y “es una empresa que me inspira”.
- **La cultura organizacional.** Este factor de imagen describe a los empleados, su conducta y compromiso y su medio ambiente de trabajo.

Incluye atributos como “la empresa los apoya y fomenta a sus empleados” y “es un buen lugar para trabajar”.

2.9. Dimensiones de la imagen

La gestión de la imagen de una organización debe ser congruente en su planteamiento estratégico y su razón de ser. Fuentes (2012, pp. 69-70) expresa que cuando se gestiona la imagen corporativa se gestiona integralmente las siguientes dimensiones:

- a) **Notoriedad.** Interés noticioso que tenga la organización y logre una presencia en los medios sin realizar pauta.
- b) **Diferenciación.** Percepción y conocimiento de los atributos diferenciadores de la identidad de la organización.
- c) **Valoración.** Significado y valor que otorgan los grupos de interés en lo que es, lo que hace, y como se proyecta la organización. Valoración de los atributos que ofrece.
- d) **Recordación.** Comportamiento de la marca en la mente de los consumidores y nivel de recordación-top off mind.
- e) **Posicionamiento.** Escalafón o ranking que las organizaciones obtienen de su ejercicio comercial que se ve representado en nivel de ventas y activos. Este escalafón es comparativo con empresas del mismo sector, país y/o región.
- f) **Notabilidad.** Organización que se destaca por su cultura sólida reflejada en un comportamiento ético, equitativo y responsable.
- g) **Reputación.** Nivel de confianza que la organización obtiene a través de la consolidación de vínculos con los grupos de interés.

CAPÍTULO III

3. AUDITORÍA DE IMAGEN Y COMUNICACIÓN

3.1. Definición de auditoría

Como lo manifiesta Jiménez y Martínez (p. 172), una auditoría se define como un complejo sistema para evaluar y controlar la gestión efectuada, a través de la aplicación de métodos de investigación y análisis. El desarrollo de una auditoría permite revisar y evaluar en profundidad el contenido y el proceso de desarrollo de una función.

Una auditoría se la puede aplicar a diferentes actividades y funciones puestas en marcha tanto fuera y dentro de una organización o empresa; las auditorías más comunes son las contables y de comunicación, pero en estos tiempos “la importancia de los intangibles sobre la competitividad empresarial, comporta que su aplicación comience a adquirir especial relevancia en el ámbito de la gestión estratégica de la imagen”.

Las auditorías en general sirven para evaluar los procesos de eficiencia y eficacia de los procesos que se están ejecutando en una institución y ayudan a mantener políticas de trabajo basadas en modelos de gestión que trabajan en la mejora continua. La auditoría de imagen y comunicación ayuda a la alta dirección a conseguir los objetivos y metas previstas, en vista que le suministra en forma oportuna, información, análisis, evaluaciones, comentarios y recomendaciones sobre los factores que se evalúa y que son parte de su accionar cotidiano.

La auditoría facilita fortalecer el funcionamiento de una institución o efectuar cambios oportunos y necesarios. Conocer lo que realmente ocurre con una institución o empresa, ayuda a tomar acciones correctivas o preventivas a tiempo para lograr los objetivos globales.

3.2. La auditoría de imagen

En la obra *Auditoría de la imagen de empresa*, de Sanz (1996, p. 223), cita a Justo Villafañe, quien manifiesta que “la auditoría de la imagen es el procedimiento para la identificación, análisis y evaluación de los recursos de imagen de una entidad, para examinar su funcionamiento y actuaciones internas y externas, así como para reconocer los puntos fuertes y débiles de sus políticas funcionales con el objetivo de mejorar sus resultados y fortalecer el valor de la imagen pública”.

3.3. Objetivos de la auditoría de imagen

Es un proceso de revisión orientada de todo el sistema corporativo global, con la intención de obtener un doble objetivo; así lo manifiesta Jiménez y Martínez, p. 172):

- a) **Conocer el estado de los recursos y situación de la imagen.** La organización ha de llevar a cabo su identificación, análisis y evaluación.

- b) **Optimizar la imagen.** Implica diseñar y poner en práctica un conjunto de políticas y actuaciones concretas que refuercen la coordinación, integración y sinergias de todos los instrumentos de imagen y comunicación de una empresa o institución; con el ánimo de fortalecer la imagen existente, mejorarla o modificarla.

3.4. Partes de la auditoría de imagen

Antes de diseñar o redactar un plan estratégico de comunicación, es imperioso evaluar la imagen que una empresa posee ante los distintos públicos con quienes tiene relación permanente, indistintamente de cuál sea su tamaño o sector de actividad; el instrumento que empleamos para aquella medición es la auditoría de imagen.

Según Pedrotti y Rossi, (2001) que publicaron en el Portal de Relaciones Públicas, la auditoría de imagen consta de tres partes fundamentales: autoimagen, imagen intencional y la imagen pública.

3.4.1. La autoimagen

Es la imagen interna de la organización, se construye a partir de la percepción que tiene la institución de sí misma. Analizar la autoimagen implica emplear técnicas de investigación como: La observación de campo, el análisis del material proporcionado, realizar entrevistas informales.

3.4.2. La imagen intencional

Es aquella imagen que la empresa quiere proyectar de sí misma a sus públicos. Refleja la personalidad corporativa de la empresa.

3.4.3. La imagen pública

Es aquella que los diversos públicos se forman de la organización, se forma por el análisis que realiza el entorno respecto a las cualidades de una empresa. Institucionalmente se debe considerar la opinión o percepción que tenga los líderes más representativos de los distintos entornos de una empresa.

3.5. La auditoría de comunicación

Constituye una parte importante de la auditoría de la imagen, al tratarse de un instrumento que permite obtener datos para el desarrollo de un análisis detallado de la situación actual de la comunicación de la empresa.

La auditoría de comunicación ha de ser contemplada como una parte integrante de la auditoría de imagen. Pese a su valor, no ha de ser identificada ni como el único, ni como el análisis más importante dentro de un proceso de auditoría de imagen, así lo manifiesta Jiménez y Martínez (p. 173).

Para Sanz (1996, p. 223), la auditoría de comunicación pretende el control y aseguramiento de la consecución de los objetivos definidos para la actividad de

comunicación, mediante la utilización de los medios necesarios en la combinación estratégica más conveniente.

Por su parte, para Saló (2005, p.47), la auditoría de comunicación es un punto de partida para formular y definir una estrategia de comunicación que genere un plan de comunicación. De igual manera, expresa que es una herramienta para revisar, comprobar y analizar si la estrategia existente está alineada con los objetivos previamente planeados y con las necesidades identificadas en el plan. Finalmente, añade que es una base para crear una unidad, un departamento o una dirección de comunicación que gestione la comunicación.

La auditoría de comunicación constituye una herramienta necesaria en la gestión empresarial o institucional. Sus resultados aportan luz sobre la validez de los canales de comunicación utilizados en la actualidad; es decir, las distintas informaciones que existen con respecto a la organización en cuanto a la calidad y cantidad de la comunicación que existe.

Se podrá valorar el impacto de los planes de comunicación, identificar los colectivos claves y su funcionamiento, se analizarán los distintos canales y flujos informativos para verificar la eficacia de los mismos. En definitiva, lo que se busca es que los mensajes que se emiten al público objetivo sean bien acogidos.

3.6 Objetivos de la auditoría de comunicación

Para obtener información sobre el posicionamiento comunicacional que tiene una empresa o institución, es fundamental tener claro cuáles son los objetivos de la auditoría de comunicación, así lo señala López (p.3)

- Medir la calidad y la cantidad de la comunicación de la organización. Esto facilita cifrar la efectividad de cualquier plan de comunicación y su impacto.
- Valorar el impacto de los programas de comunicación en curso.

- Identificar los colectivos claves en comunicación y su funcionamiento; es decir, con la auditoría analizaremos cómo comunicamos y cómo nos perciben nuestros públicos internos y externos.
- Determinar el impacto de las innovaciones en la organización (reestructuraciones, nuevos equipos, nuevos programas de desarrollo).
- Identificar los costes de comunicación y corregir los que resultan ineficaces.
- Comprobar que la información deseada llega a todos los eslabones de la cadena de públicos-objetivo.

3.7. Aspectos a investigar en la auditoría de imagen

La auditoría de imagen es el paradigma más importante de investigación como gestión estratégica en el marco de las funciones del DirCom. Es un diagnóstico exhaustivo y sistémico de la imagen de la empresa en todos sus aspectos.

Para el catedrático e investigador Bosovsky (2011, p. 40) existen varios aspectos a investigar en una auditoría de imagen:

- Objetivos de imagen de la alta dirección
- Identidad corporativa
- Reputación corporativa
- Imagen de marca y de productos
- Cultura corporativa
- Características y efectos de la comunicación en todas las áreas de actuación.
- Posicionamiento y rasgos diferenciales respecto a los competidores.

La auditoría de imagen global de una empresa o institución procura conocer, evaluar y medir todos y cada uno de los aspectos que intervienen en la conformación de la imagen de la empresa y en los procesos de comunicación.

Cada vez que se plantea realizar una auditoría de imagen es necesario tener un enfoque pragmático, hacer una selección de objetivos y aspectos a investigar, que sean acordes a las necesidades concretas de la empresa, con su realidad particular con los ámbitos principales en los que se ponen en juego la imagen, y en los públicos en los que esta imagen ejerce efectos significativos.

3.8. Aspectos a profundizar durante la auditoría con los públicos externos

En una auditoría concreta es necesario definir con mucha precisión en forma cuidadosa y consensuada entre los auditores y los responsables de la empresa auditada, cuáles son los aspectos que conviene seleccionar entre todos los posibles y que Bosovsky (2011, pp. 43-49) muy bien los señala:

- **Identificación de los principales públicos externos con los que la empresa se relaciona.** Descripción, tipología, segmentación. Descripción de características socio demográficas, económicas, esquemas culturales, estructura de valores, ideología, código de percepción y de relación, sensibilidades, creencias y prejuicios, predisposiciones a las empresas del mismo sector, momento psicosocial que caracteriza el tono de sus actitudes y motivaciones.
- **Evaluación de la notoriedad de la empresa en la percepción de los públicos,** imagen del lugar que ocupa en el contexto económico y empresarial, de su relevancia, de su dimensión etc.
- **Valoración del conocimiento que los públicos externos tienen de la empresa,** de sus comportamientos, de su origen geográfico, de su composición accionarial, de su situación financiera, de su responsabilidad social y medio ambiental, de nombres y características de sus directivos, etc.
- **Valoración del conocimiento que los públicos tienen del máximo líder o/ fundador de la empresa,** y su imagen pública, en caso de que su figura sea públicamente relevante y tenga incidencia en la conformación de la imagen global de la empresa.

- **Valoración del conocimiento que los públicos externos tienen de la marca, de sus productos y sus servicios.** Conocimiento de la cartera de producto y los sectores de actividad a los que la empresa se dedica.
- **Identificación de atributos, éticos, estéticos, funcionales...** juicios de valor positivos y negativos. Posicionamiento percibido, rasgos diferenciales respecto a su competencia, motivaciones de aceptación y de rechazo global hacia la empresa, motivo de apreciación o depreciación de la imagen de la marca.
- **Identificación de las principales formas y canales de contacto entre los públicos externos y la empresa;** medios de comunicación, publicidad, interacción, clientes, vendedores, utilización de servicios de la empresa, teléfono de atención al cliente, revista de empresa, folletos promocionales, presencia de la empresa en ferias, eventos y acontecimientos públicos.
- **Conocimiento de la percepción y valoración que los públicos tienen de los locales de empresa;** de sus arquitectura interior y exterior, de su estética, su escenografía y su funcionalidad, de la señalización, del nombre de marca, del logotipo, de los colores corporativos y de los demás elementos de la identidad visual corporativa.
- **Análisis del contenido del manual de identidad corporativa.** Definiciones y prescripciones de los principios de la identidad corporativa y de sus sistemas de aplicación al diseño de los productos, ambientación de los locales, papelería, uniformes, vehículos, señalética, etc.
- **Evaluación de la percepción y valoración de efectos de imagen producidos por los protocolos de atención a los clientes,** por los sistemas de entrega de los productos y servicios, por las facturas que la empresa emite: claridad, simplicidad, funcionalidad, legibilidad, fiabilidad, etc.

- **Evaluar la percepción que los públicos tienen del sitio Web de la empresa.** Se investigan temas como la dirección (el nombre) de la Web, coherencia de la empresa y su logotipo, si les resulta clara, recordable, suficientemente corta, atractiva, si tiene un diseño con estética aceptable, les parece moderna, los estimula a repetir el número de visitas, es eficaz la información que trasmite, son eficaces los soportes para la participación.
- **Valoración de la visibilidad de la empresa en los medios de comunicación y de sus efectos.** Exposición de los públicos a medios y mensajes referidos a la empresa. Contacto de los públicos con reportajes como artículos, noticias, etc, aparecidos en medios de comunicación y efectos de imagen producidos por los mismos.
- **Análisis de la gestión de las relaciones de la empresa con los medios de comunicación.** Evaluación de temas como: contacto con periodistas, periodicidad y estilos de redacción, medios con lo que la empresa se vincula, elaboración de materiales de comunicación por parte de la empresa para hacer llegar a los medios, gestión de reportajes, entrevistas, ruedas de prensa, creación y gestión de eventos noticiables, participación en eventos ajenos.
- **Efectos de la comunicación publicitaria, comercial y promocional sobre la imagen de la marca, los productos y los servicios de la empresa.** Valoración en aspectos como: notoriedad, claridad, comprensión de los mensajes, credibilidad de los mensajes y los emisores, tono, códigos de comunicación utilizados, adecuación o no a las sensibilidades culturales, ideológicas y códigos del público objetivo.
- **Valoración de la simpatía, indiferencia, antipatía u hostilidad que suscita la empresa, en los distintos públicos externos.**
- **Expectativas, demandas y sugerencias de los públicos externos respecto a la empresa.**

En definitiva, para Amado (2008, p. 45) en su obra *Auditoría de comunicación*, cita a Varona (1993, p. 2), quien dice que la auditoría ha sido definida como un

proceso de diagnóstico que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles. Este tipo de investigación es utilizada en el ámbito profesional cuando se busca realizar un estudio profundo y minucioso de los elementos básicos de la comunicación pública de una institución. Sin embargo, dado su carácter sistemático y la profundidad del análisis que permite la aplicación de distintas técnicas en la búsqueda de un diagnóstico comunicacional preciso, se puede postular su pertinencia tanto como consultoría y como investigación académica.

3.9. ¿Quién tiene que realizar una auditoría?

La auditoría de imagen no puede ser llevada a cabo por la propia empresa. Debe ser hecha por un investigador externo, para garantizar que sea profesional, independiente y objetiva. Esto implica que se debe determinar con claridad al menos tres roles, lo dice Bosovsky (2011, p. 40):

- Un consultor externo contratado por la empresa para realizar el cambio de imagen o la estrategia de comunicación.

- Un responsable o interlocutor de la propia empresa (probablemente el DirCom).

- El investigador externo responsable de la auditoría.

De igual manera, la comunicación no debe analizarse desde la propia organización que pretende ser auditada. La figura del auditor externo es primordial, ya que debe estar al margen de los circuitos y procesos analizados, no debe estar implicado en la misión de la organización, ni ser partícipe directo de su cultura. Los equipos externos trabajan con mayor libertad y tienen la capacidad de obtener mayor información, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo.

Según explica López (p.3), una vez realizada la auditoría, el equipo responsable de comunicación en la organización puede encargarse de la implementación de las recomendaciones resultantes de la auditoría, liderar los cambios acordados, supervisar los procedimientos de control, etc.

Es importante recordar que la auditoría es un proceso de obtención de información, análisis y emisión de informe que recoge las conclusiones con el dictamen del estado de la comunicación actual y los objetivos a alcanzar. Las conclusiones recogen recomendaciones a seguir y orientan hacia la implementación. El resultado de la auditoría ha de servir como base para los posteriores planes de comunicación de la organización.

Mediante la auditoría de comunicación, la organización obtiene información detallada sobre el funcionamiento de la organización, permite liderar cambios y a la vez ahorrar tiempo y dinero, creando planes de comunicación precisos y más eficientes, capaces de precisar en cada momento cuál es la audiencia más adecuada, los mejores medios para alcanzarla y los mensajes más precisos. Lo recomendable es auditar la comunicación cada cinco años, así lo manifiesta López (p.6).

3.10. Características esenciales de un auditor

El perfil profesional y de buen ser humano es clave en un auditor para desarrollar con éxito un proceso que busque medir con objetividad y transparencia lo que se dice y se hace en una empresa. A continuación se detallan varias características de acuerdo con la ponencia de Enrique (2007, pp. 41-42):

- Actitud positiva
- Capacidad de análisis
- Capacidad de negociación
- Capacidad de observación
- Claridad en la comunicación oral y escrita
- Comportamiento ético

- Concentración
- Conciencia de los valores propios y de su entorno
- Creatividad
- Discreción
- Estabilidad emocional
- Facilidad para trabajar en equipo
- Imaginación
- Iniciativa
- Objetividad
- Respeto a las ideas de los demás
- Sentido institucional
- Saber escuchar

3.11. Metodologías y técnicas de investigación para la auditoría de imagen

Para hacer una auditoría de imagen es necesario utilizar un mix de procesos y procedimientos técnicos de investigación, complementarios y sinérgicos.

Un responsable de comunicación o DirCom, necesita saber sobre técnicas de investigación para entender cómo funcionan, para qué sirven, cuándo necesita contratarlas, qué le puede ofrecer y exigir a una empresa de investigación; en definitiva, para tener criterio a la hora de elegir entre varias ofertas a la mejor empresa para hacer una auditoría o una investigación concreta; porque, como hemos mencionado anteriormente, el DirCom nunca será el que haga las investigaciones, sino que en todos los casos serán realizadas por una empresa externa especializada.

Para Jiménez y Martínez (p.188), una primera cuestión que hay que considerar es la diferencia existente entre metodología y técnica. Y en este sentido, por metodología entendemos el enfoque que sigue la investigación de la imagen, mientras que las técnicas son los instrumentos utilizados de obtención de información sobre dicha imagen.

3.11.1. Metodologías de investigación

Para Jiménez y Martínez (pp.188), los métodos de investigación se clasifican a grosso modo, en dos tipos: cualitativos y cuantitativos.

Un enfoque **cualitativo** permitirá estudiar el problema de la imagen en profundidad e interactuar con los individuos del público objetivo. Esta interacción posibilita que el investigador indague espontáneamente sobre aspectos no considerados en los planteamientos iniciales de la auditoría de imagen. Por tanto, este enfoque puede ser interesante para cuando no se tengan claros los aspectos de la imagen corporativa que se va a estudiar; por ejemplo, el conjunto de atributos que la integran.

Por su parte, Bosovsky (2011, p. 74) dice que: “Un estudio cualitativo es por definición una ocasión privilegiada para descubrir cosas, para tener la mente abierta a las sorpresas, para que la empresa se enriquezca con la aportación de formas de pensar nuevas, diferentes e imprevisibles, para abrir una ventana y permitir que entre un soplo de aire fresco”.

Por lo tanto, Jiménez y Martínez (pp. 189), destacan que un enfoque **cuantitativo** por su filosofía y características, por ejemplo formal, estructurado, etc., restringe el margen de maniobra del investigador, que se reduce a las fases previas a la ejecución del trabajo de campo. No obstante, posibilita obtener conclusiones sobre la imagen corporativa, generalizables a la población objetivo en su conjunto, así como analizar el posicionamiento de la empresa mediante técnicas estadísticas multivariantes.

Habitualmente, la empresa busca la complementariedad de ambos enfoques cuando se apliquen al estudio de la imagen corporativa. En este sentido, algunos autores preconizan la integración de ambos en lo que denomina el enfoque cualitativo-cuantitativo de la investigación de la imagen corporativa. Esta alternativa metodológica híbrida es bastante razonable, siendo además una consecuencia natural del proceso de investigación sociológico.

3.11.2. Técnicas de investigación

Resulta raro que en un estudio se utilice una sola técnica, lo común y práctico es emplear un mix técnico porque aquellos procedimientos son complementarios entre sí y no hay antagonismo entre las técnicas cualitativas y cuantitativas. Bosovsky (2011, p. 66) destaca que las técnicas o procedimientos que se utilizan en la investigación pueden ser agrupadas en tres grandes tipos:

- **Análisis documentales.** Estos estudios también son llamados de gabinete o estudios de datos secundarios.
- **Técnicas cualitativas.** Se incluyen los focus groups, las entrevistas en profundidad, las técnicas proyectivas, el método Delphi, los grupos de creatividad, los análisis DAFO, etc.
- **Técnicas cuantitativas.** Se la emplea mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a una muestra representativa de público.

3.12. Definición de las técnicas de investigación cualitativas más comunes

a) **Focus groups.** Bosovsky (2011, p. 67) la considera como una de las herramientas más fecundas de la investigación estratégica para la imagen y la comunicación. Los “Focus groups” (o “grupos motivacionales”, o “dinámicas de grupo”) **son grupos de discusión focalizados en un tema**, en los que participan siete u ocho personas representativas de uno de los segmentos típicos del público objetivo.

A partir de ocho personas, el incremento de participantes no aporta ninguna ventaja respecto a las ideas que pueden aparecer y ser discutidas; pero sí provoca inconvenientes porque las personas no pueden intervenir con normalidad porque se producen conversaciones

paralelas y el coordinador se ve obligado a intervenir constantemente para mantener las condiciones del diálogo.

Para el reclutamiento de integrantes de un focus group, es necesario considerar que el perfil de los participantes sea específico (por ejemplo por edades, roles, ocupaciones, consumo de determinados productos o servicios, etc.), que además no se conozcan entre sí y que no sean habituales en este tipo de reuniones.

Los focus groups siempre son conducidos por un coordinador o “moderador”, su función no es aplicar un cuestionario de preguntas cerradas, sino proponer temas, y ayuda al grupo a profundizar en los mismos creando las condiciones para un debate fecundo.

Cada focus group suele durar entre una y dos horas. El promedio habitual es una hora y media. El análisis se hace después, leyendo, releendo e interpretando los protocolos con las transcripciones de las reuniones y finalmente el investigador hace un trabajo de análisis (identifica la presencia de ideas, sus variantes, su agrupamiento natural, los temas sobre los que recaen las opiniones, los detalles que suscitan polémica o puntos de vista antagónicos, las opiniones recurrentes, las coincidencias, etc.) y de interpretación (descubre cuál es la lógica y los esquemas perceptuales que dan sentido a las ideas y opiniones de los participantes. Es tener intuiciones sobre lo que tiene sentido para los objetivos de la investigación, es crear visión estratégica sobre el tema en cuestión).

b) Entrevistas en profundidad. Es uno de los recursos técnicos fundamentales de consulta, prácticamente tan importante como los focus groups. Se trata de entrevistas individuales aplicadas a personas cuyas ideas, opiniones y valoraciones son especialmente relevantes para los objetivos de la investigación.

Cada entrevista en profundidad puede tener una duración de entre media hora y una hora, dependiendo de la relevancia del entrevistado y de su capacidad de aportación al proceso.

El entrevistador no aplica un cuestionario estructurado sino que se apoya en un guion preparado previamente y le sirve para garantizar que al final de la entrevista no queden temas importantes sin haber sido cubiertos. Las entrevistas son “abiertas” y el entrevistador va aprovechando lo que el entrevistado va diciendo para profundizar e ir cumpliendo los objetivos del estudio.

Las entrevistas en profundidad son grabadas y después se transcriben en forma literal y completa. Los protocolos producidos con la transcripción de las entrevistas constituyen de este modo un material de gran valor para el análisis y la interpretación. En el trabajo de análisis e interpretación uno de los requisitos fundamentales es que el investigador deje de lado sus propias creencias y prejuicios. Debe ser capaz de abrir su mente a la forma de sentir y pensar de sus entrevistados, esto se puede conseguir con entrenamiento intelectual y con experiencia práctica.

Las interpretaciones son producidas por la interacción entre el texto y el investigador, dado que son el resultado de un rico proceso intelectual intersubjetivo. Este proceso no tiene un solo autor ni una sola fuente de inteligencia, sino que surge por la fecundación entre la inteligencia de los públicos consultados y la del investigador.

c) Análisis DAFO. Es una de las herramientas de análisis cualitativo de gran poder aplicado a los temas relacionados con la imagen y la comunicación de la empresa.

Se realiza mediante una o varias reuniones de trabajo del investigador con los líderes estratégicos de la empresa o del proyecto que motiva la investigación. Se analizan, como su nombre indica, las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Las entrevistas o reuniones son grabadas y transcritas en forma literal y completa, a fin de que el investigador cuente con un material que le permita realizar un análisis con gran detalle y profundidad.

d) La investigación etnográfica. Se ocupa del estudio de grupos sociales, colectivos, o comunidades de individuos que comparten algún rasgo común significativo para una estrategia de comunicación.

Este rasgo en común puede ser el pertenecer a un mismo espacio institucional, el compartir ciertos hábitos de tiempo libre, el convivir en ciertos espacios urbanos, el pertenecer a un segmento generacional de rasgos especialmente definidos en sus estilos de vida o sus comportamientos de consumo, etc. Estos grupos sociales suelen tener un modelo de identificación a través de una “identidad” cultural compartida, consciente, asumida, con atributos explícitos.

El método principal de la etnografía se llama **observación participante**. El investigador participa de un tiempo (puede ser semanas o años) en los ámbitos naturales en donde estos colectivos sociales viven y actúan. El investigador experimenta personalmente las experiencias de vida, de compra y consumo, de convivencia, de actividades. Y desde esta participación “desde dentro” realiza sus observaciones, análisis, e interpretaciones.

Otro método de la investigación etnográfica es el de las **entrevistas en profundidad con informantes cualificados**, personas que pertenecen al grupo social o colectivo que se desee investigar.

3.13. Definición de las técnicas de investigación cuantitativas más comunes

Se trata de la aplicación de entrevistas estructuradas a una muestra de personas estadísticamente representativa del público objetivo al que se desea consultar.

Estas encuestas se pueden aplicar a cualquiera de los públicos de la empresa: los clientes, los empleados, los accionistas, el público en general (la opinión pública), etc.

Sirven para medir percepciones, actitudes, opiniones, hábitos de comportamiento, exposición a medios, motivaciones, motivos de satisfacción e insatisfacción, imagen de la empresa, de marca, de productos y servicios, de los competidores, clima laboral, rasgos de la cultura corporativa, imagen interna, percepciones de piezas y acciones de comunicación (anuncios, soportes de la identidad visual corporativa, acciones promocionales, diseño industrial, diseño de envases, material publicitario en el lugar de venta, etc.); así lo expresa Bosovsky (2011, p. 79).

Son entrevistas individuales en las que se utilizan cuestionarios con una serie de preguntas de distinto tipo que se pueden complementar de varias formas distintas:

- a) Por entrevistas presenciales en los domicilios** de las personas.
- b) Por entrevistas presenciales en un local** acondicionado especialmente para este fin.
- c) Por entrevistas presenciales en ciertos lugares** en los que se encuentran naturalmente personas del colectivo a consultar: cafeterías, centros comerciales, ciertas esquinas o calles, puntos de venta de la misma empresa etc.

d) Por entrevistas autoadministradas, en este caso los cuestionarios pueden entregarse en mano, hacerse llegar por correo, por fax, por el correo electrónico o por la inclusión del cuestionario en un sitio Web.

e) Por entrevistas telefónicas, es un procedimiento que en los últimos años ha ido cobrando gran protagonismo. Esto es posible por la extraordinaria cobertura telefónica que se ha alcanzado en muchos países, la posibilidad de aplicación de soportes tecnológicos para el registro de los datos y la tendencia al abaratamiento de las tarifas telefónicas.

3.14. Estructura de una auditoría de imagen global

De manera general, un proceso de auditoría de imagen global debe estar constituido de los siguientes pasos:

- Determinación de los objetivos, cronogramas e interlocutores.
- Desarrollo de la investigación: recopilación de información relevante y oportuna.
- Conocimiento y evaluación de la imagen interna.
- Conocimiento y evaluación de la imagen externa.
- Análisis de la personalidad corporativa.
- Análisis, evaluación y síntesis de la información obtenida
- Elaboración de conclusiones y recomendaciones.
- Redacción y presentación del documento final.

3.15. Funciones de los informes de auditoría

Las auditorías de comunicación poseen cuatro funciones fundamentales según Pickett (2000, p. 466):

- Garantizar a la dirección de la empresa que los riesgos empresariales están bien controlados.

- Alertar con respecto a aquellas áreas en las que esa circunstancia no se cumple y en las que existe una exposición definida a riesgo.
- Aconsejar sobre los pasos necesarios para mejorar la gestión de riesgos.
- Apoyar los planes de acción elaborados por la dirección de la empresa del cliente.

CAPÍTULO IV

4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.1. Objetivos de la investigación

4.1.1. Objetivo general

Diagnosticar la percepción de los públicos relevantes del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros, por medio de una auditoría de imagen externa.

4.1.2. Objetivos específicos

Los propósitos de la presente investigación son:

- Determinar el nivel de posicionamiento que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros en los públicos.
- Establecer el nivel de identificación que tienen los públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros.
- Identificar las herramientas de comunicación que son más reconocidas en la comunidad.
- Determinar el nivel de conocimiento de los públicos externos sobre los servicios que el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros ofrece a la comunidad.

4.2. Tipo de investigación

Para el desarrollo de la presente tesis, se aplicó lo siguiente:

- **Investigación observacional.** El estudio observacional da cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad y enmarcándonos en los hechos, leyes vigentes y más fenómenos que se producen en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Facilitó comprobar contextos que tienen relación con la información que se recogió durante la aplicación de otras técnicas de investigación de carácter estadístico

(encuestas) y demográfico (focus groups). Se efectuó sobre una institución poco estudiada.

- **Investigación descriptiva.** Al ser la primera vez que se aplicó un proceso de auditoría a la entidad investigada, facilitó levantar un diagnóstico que nos ayudó a definir los rasgos más peculiares o diferenciadores del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

4.3. Metodología de investigación

4.3.1. Método inductivo

Consintió en obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares. Esto se logró mediante la aplicación de técnicas como la encuesta y las fichas de observación. Dado el número elevado de elementos de la población, se recurrió a una muestra representativa y en función de dichos datos se formuló las generalizaciones correspondientes.

4.3.2. Método deductivo

Parte de verdades previamente establecidas como principio general para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. En el caso investigado, la ausencia de un proceso de auditoría aplicado anteriormente al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros llevó a obtener conclusiones luego de haber comprobado y demostrado datos relevantes sobre la imagen que proyecta la institución investigada. Para ello se aplicaron focus groups y entrevistas especializadas.

4.3.3. Método Analítico sintético

Consistió en el examen minucioso de elementos representativos como por ejemplo las herramientas de comunicación empleadas por el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Para ello, principalmente se observó, describió y realizó un examen crítico.

4.4. Técnicas de investigación

En el proceso de investigación se aplicaron técnicas cualitativas y cuantitativas.

4.4.1 Técnicas de investigación aplicadas

Tabla 9. Técnicas de investigación

TÉCNICA	OBJETIVO	PÚBLICO
Encuesta	Diagnosticar la percepción que tienen los habitantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en las áreas de posicionamiento, identidad, imagen y comunicación.	Habitantes de las 17 comunidades que integran la jurisdicción parroquial Los Encuentros que estén comprendidas entre los 18 y 65 años de edad.
Entrevistas especializadas	Recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los públicos externos relevantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.	<ul style="list-style-type: none"> – Expertos en comunicación. – Representante de empresa privada. – Representante de empresa pública. – Representante del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.
Observación	Registrar los datos relevantes respecto al comportamiento de los usuarios y herramientas empleadas por el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.	Usuarios y funcionarios del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros
Focus Groups	Recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los indígenas Shuar y Saraguros respecto al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.	Etnias culturales que habitan en la jurisdicción parroquial de Los Encuentros.

Tomado de Estudio aplicado a los “stakeholders” relevantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

4.4.2. Estudio cualitativo

Consistió en la realización de entrevistas especializadas a líderes de opinión, las mismas que en promedio tuvieron 30 minutos de duración.

De igual manera se aplicó la técnica de observación para registrar información relevante respecto a las herramientas empleadas por el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y sobre el comportamiento de sus usuarios.

Otra de las herramientas cualitativas utilizadas fue los focus group desarrollados con indígenas shuar e indígenas quichuas saraguros.

4.4.3. Estudio cuantitativo

Se desarrolló mediante una encuesta a los habitantes del área urbana y rural de la parroquia Los Encuentros.

4.5. Población de Investigación

Las técnicas cualitativas de observación, entrevistas especializadas y focus group fueron aplicadas a los siguientes sectores de la población:

4.5.1. Observación

Durante cuatro días, las investigadoras permanecieron en las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. El objetivo fue prestar atención a los detalles de relación que sostienen los empleados y directivos con el público externo. Se puso énfasis en temas relacionados con la atención al usuario, el contacto humano y las herramientas de comunicación empleadas.

4.5.2. Entrevistas especializadas

Esta técnica fue utilizada con el objetivo de obtener información y evaluar la percepción respecto al desempeño y la imagen con la que cuenta el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ante “stakeholders” relevantes como periodistas, representantes de empresas privadas y públicas con las que sostienen relación directa la institución investigada. Las entrevistas fueron destinadas para:

- El señor Carlos Chamba presidente del GAD Rural Los Encuentros,.
- El periodista Norman Tandazo, director de Noticias de Televisión

Católica Los Encuentros.

- El periodista Eugenio Benítez, director de Noticias de Radio Romántica.
- El ingeniero Winer Bravo, jefe de Responsabilidad Corporativa de la empresa minera Kinross, quien constituye un aliado estratégico del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.
- El sociólogo Salvador Quishpe, prefecto de Zamora Chinchipe.

4.5.3. Focus group

Dada la antropología cultural existente en la jurisdicción parroquial que es investigada, se determinó que es necesario aplicar esta técnica porque los habitantes de la nacionalidad shuar representan el 11% de la población total y los habitantes de la nacionalidad quichua saraguro ocupan el 5,3% de la población, según datos publicados en el (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Los Encuentros, 2011, p. 22).

La técnica cuantitativa aplicada fue la siguiente:

4.5.4. La encuesta

Se desarrolló con los habitantes del área rural y urbana de la parroquia Los Encuentros, tomando en cuenta las particularidades étnicas que existen en el sector. Por ello, la muestra que se determinó es de 250,14 encuestas sobre un total de 4.010 habitantes.

4.6. Cálculo de la muestra

La muestra se calculó tomando en consideración al número total de habitantes de la parroquia Los Encuentros y aplicando la siguiente fórmula:

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

N= número de elementos de la población.

n= tamaño de la muestra.

s²= (0.5)² Varianza (valor constante).

z²= nivel de confianza.

E= error máximo admisible.

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{4010 \cdot (0.5)^2 \cdot (1.96)^2}{(4010-1) \cdot (0.06)^2 + (0.5)^2 \cdot (1.96)^2}$$

$$n = \frac{4010 \cdot (0.25) \cdot (0.84)}{(4009-1) \cdot (0.0036) + (0.25) \cdot (3.84)}$$

$$n = \frac{3849.6}{15.39}$$

$$n = 250.14$$

De las 250,14 encuestas que se aplicará en toda la jurisdicción parroquial de Los Encuentros, se realizó una distribución equitativa para cada comunidad aplicando una regla de tres simple y considerando el número de habitantes existentes en cada sector.

4.6.1 Distribución de encuestas por comunidad

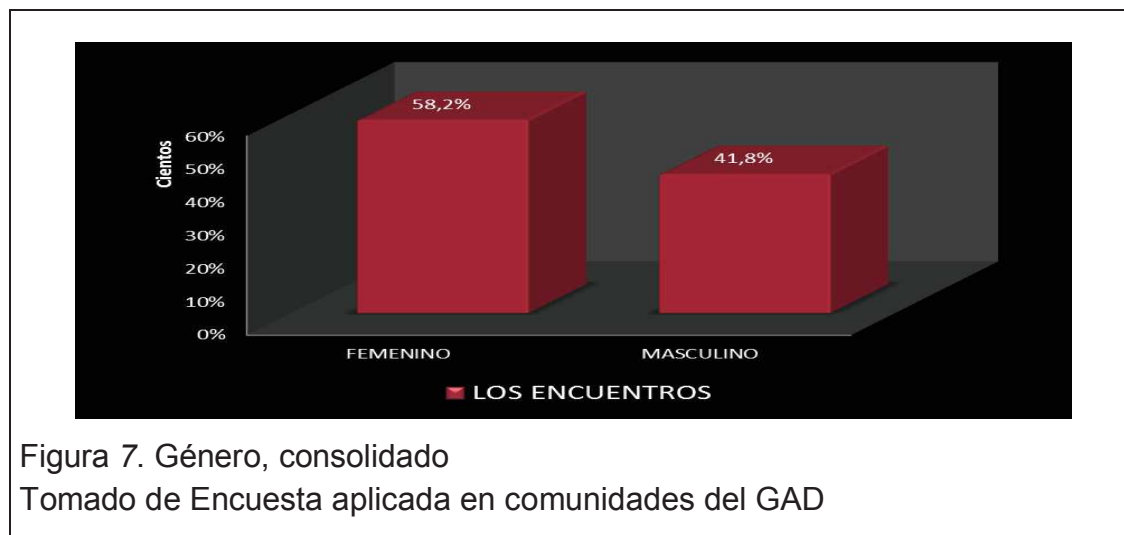
Tabla 10. Distribución de encuestas por comunidad

Comunidad	No. habitantes	No. de encuestas aplicadas
La Centza	388	24
Jardín del Cóndor	90	6
La Merced	150	9
Muchime	144	9
El Zarza	192	12
Nankais	153	10
Los Almendros	265	17
Achunts	60	4
Alonso de Mercadillo	125	8
El Pincho	280	17
El Pادمي	370	23
El Pindal	150	9
Santa Lucía	152	9
San Luis del Vergel	60	4
Nunguí	138	9
Numbayme	110	7
Los Encuentros	1183	74
TOTALES	4010	251

Tomado de GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

4.7. Tabulación e interpretación de resultados condensados referentes a la encuesta aplicada para investigar sobre las áreas de posicionamiento, identidad e imagen y comunicación del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

DATOS PERSONALES:



El gráfico señala que de la población total que fue encuestada, el 58,2% pertenece al género femenino y el 41,8% corresponde al género masculino.

Aunque la población total de la parroquia Los Encuentros cuenta con más hombres que mujeres (2.026 hombres y 1.984 mujeres), los resultados condensados antes señalados, se reflejan en aquellos porcentajes porque las encuestas fueron aplicadas durante el día, esto hizo que principalmente en las comunidades del área rural se localice a un mayor número de mujeres. Los hombres en horario laborable salen de sus hogares para realizar faenas agropecuarias en el campo.

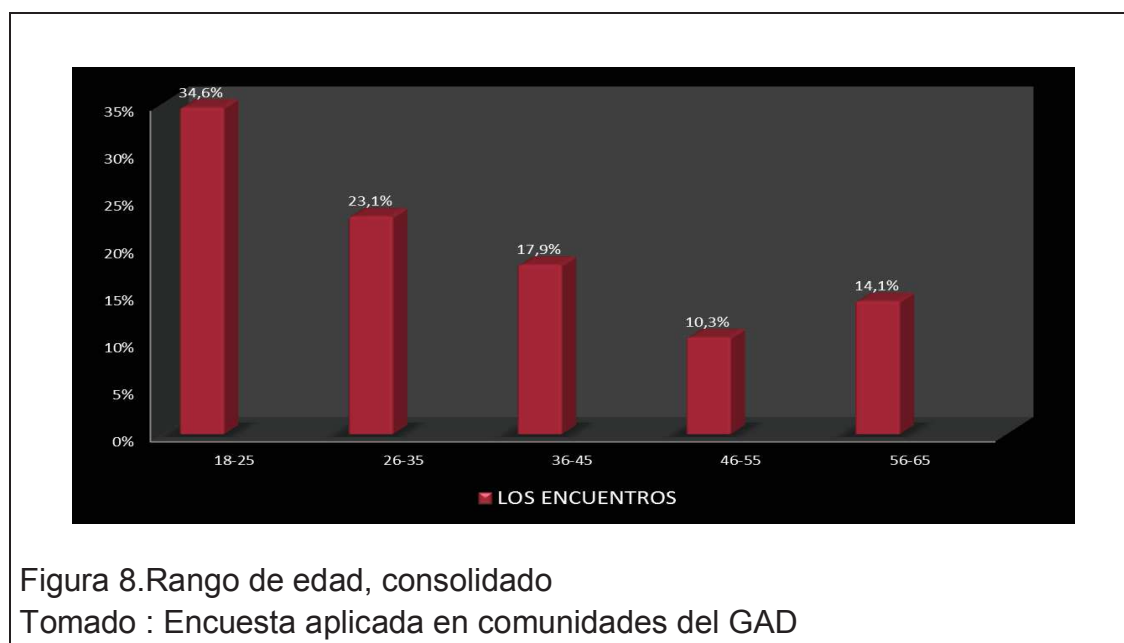


Figura 8. Rango de edad, consolidado

Tomado : Encuesta aplicada en comunidades del GAD

De los cinco rangos de edad que contiene la encuesta el 34,6% corresponde a personas que se ubican entre los 18 y 25 años de edad. El 23,1% tiene entre 26 y 35 años. El porcentaje del 17,9% involucra a personas ubicadas entre los 36 y 45 años de edad, seguida inmediatamente por el 14,1% para quienes se sitúan entre los 56 y 65 años. Finalmente, con el 10,3% se registra el porcentaje que corresponde al rango de edad 46-55.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

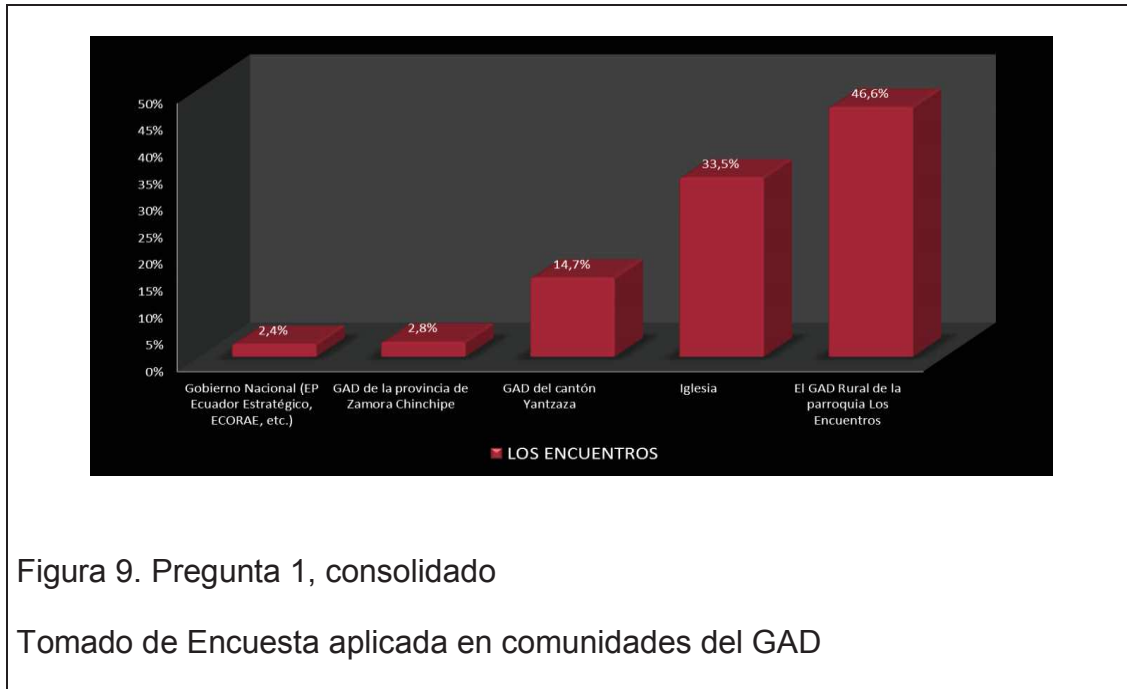
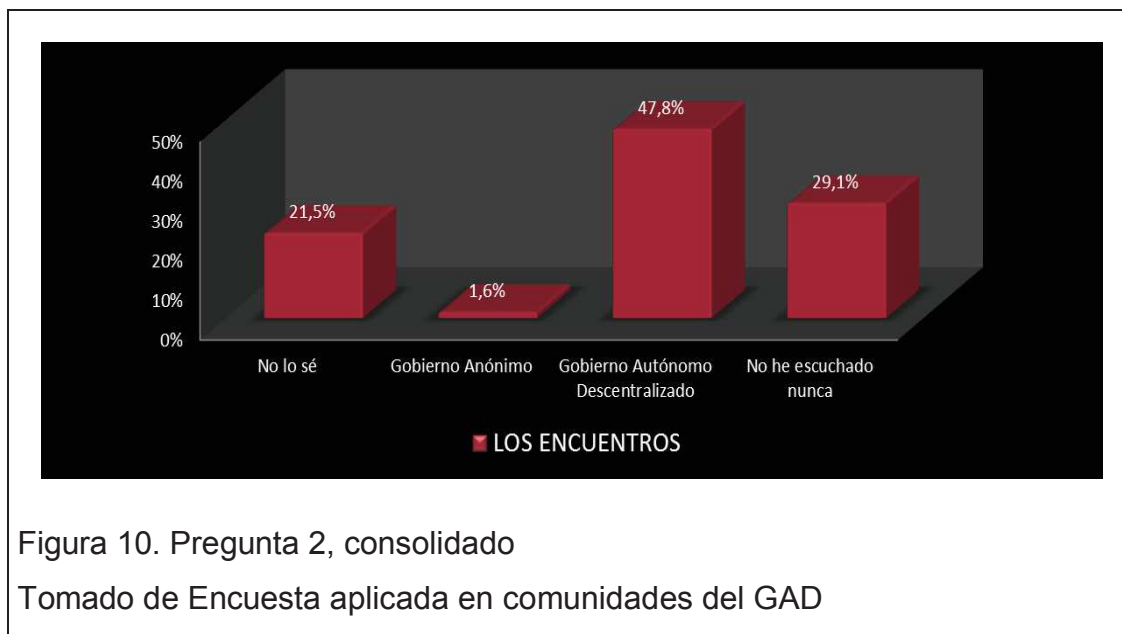


Figura 9. Pregunta 1, consolidado

Tomado de Encuesta aplicada en comunidades del GAD

De las 251 encuestas aplicadas el 46,6% expresa que la institución que visita con más frecuencia es el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, seguida por el parámetro Iglesia con el 33,5%. La tercera institución la ocupa el GAD del cantón Yantzaza con el 14,7%. El 2,8% es para el GAD de la provincia de Zamora Chinchipe y el 2,4% corresponde a otras instituciones públicas que pertenecen al Gobierno Nacional como Ecuador Estratégico EP, ECORAE, etc.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

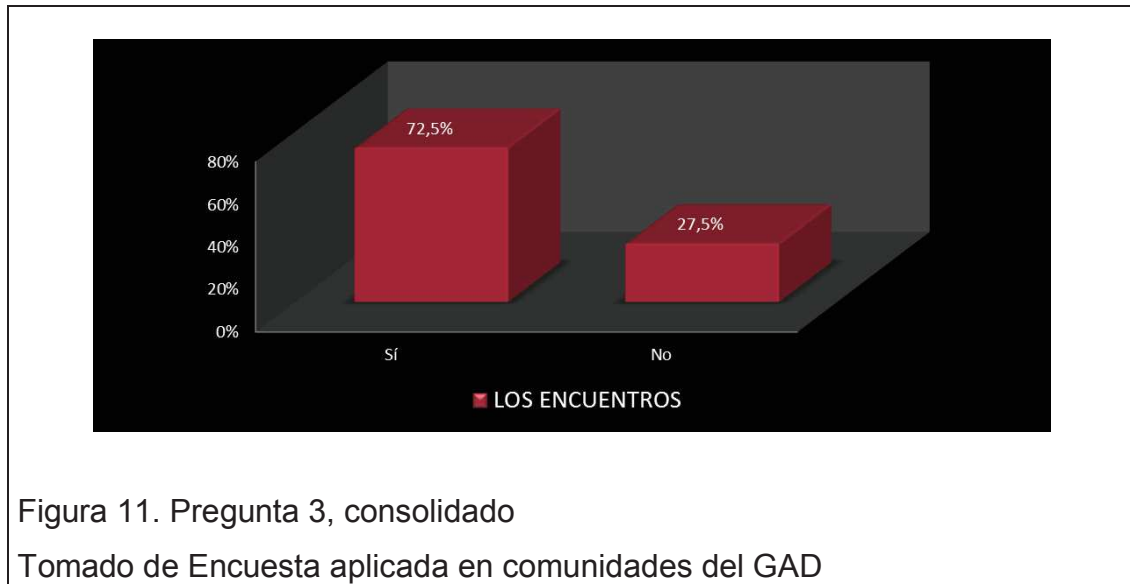


La información consolidada de esta figura revela que el 47,8% sí conoce el significado de GAD. El resultado de este parámetro es congruente con el porcentaje del gráfico 4.6.3 en la parte que señala al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros como una de las instituciones más visitadas.

Sin embargo, sigue siendo importante el porcentaje de personas que se identifica con un “No he escuchado nunca” o un “No lo sé”, correspondiéndole el 29,1% y el 21,5% respectivamente; mientras que el 1,6% expresa que GAD significa “Gobierno Anónimo”.

Ésta confusión o desconocimiento es porque en la mente de los habitantes aún sigue presente la denominación anterior que se le daba; es decir, llamarla Junta Parroquial. A partir de la reforma a la Constitución de la República del Ecuador del año 2008, se instauró en todo el país la nueva designación de competencias y jurisdicciones territoriales que hoy conocemos como Gobiernos Autónomos Descentralizados o GAD.

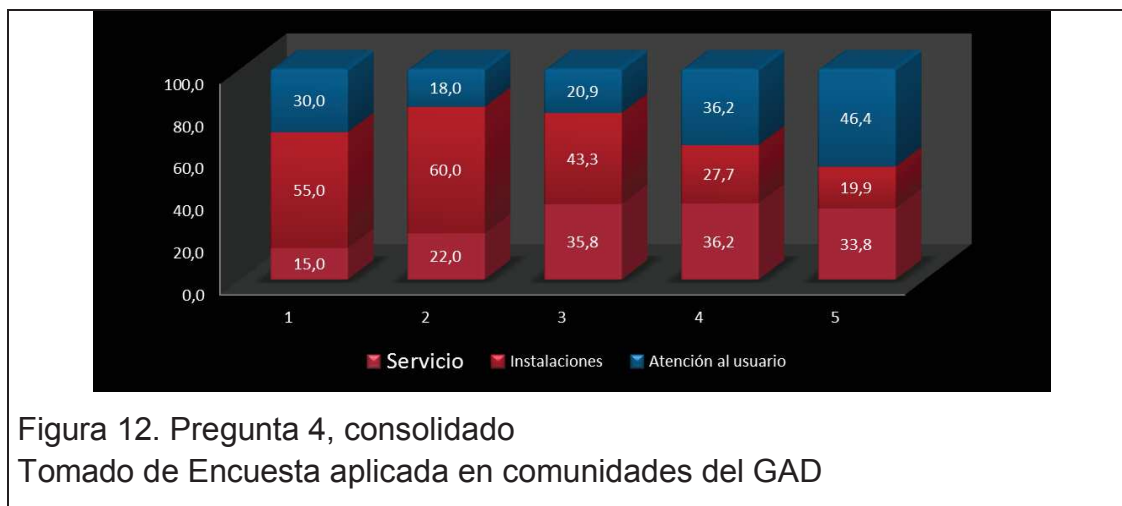
3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



Se observa en la figura 11 el 72,5% sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, mientras que el 27,5% no lo ha hecho.

El porcentaje que aún no ha visitado la institución representa un fragmento importante de la población con quien se puede desarrollar una estrategia comunicacional que permita de manera transversal incrementar el número de visitas, divulgar los atributos de la institución y fortalecer los vínculos con ese grupo de interés.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.



En esta figura se visualiza que con el 46,4% la atención al usuario se lleva la mejor calificación (cinco sobre cinco), seguida por el 33,8% para el servicio; y, finalmente, el 19,9% para las instalaciones.

La calificación de cuatro, el 36,2% de encuestados le asigna a los parámetros atención al usuario y al servicio, mientras que el 27,7% le corresponde a las instalaciones.

La valoración de 3 sobre cinco es asignada en el 43,3% para las instalaciones; 35,8% para el servicio y el 20,9% para la atención al usuario.

Los encuestados en un 60% estima que merece la calificación de dos sobre cinco las instalaciones; por otra parte el 22% cree que aquella apreciación le corresponde al servicio y el 18% al parámetro atención al usuario.

Para cerrar el análisis del presente gráfico se observa que el 55% de la población encuestada le dio la peor calificación (1 sobre cinco) a las instalaciones, el 30% a la atención al usuario y el 15% al servicio.

En conclusión, el mayor reconocimiento que asigna la ciudadanía es para la atención al usuario y la peor calificación corresponde para las instalaciones.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

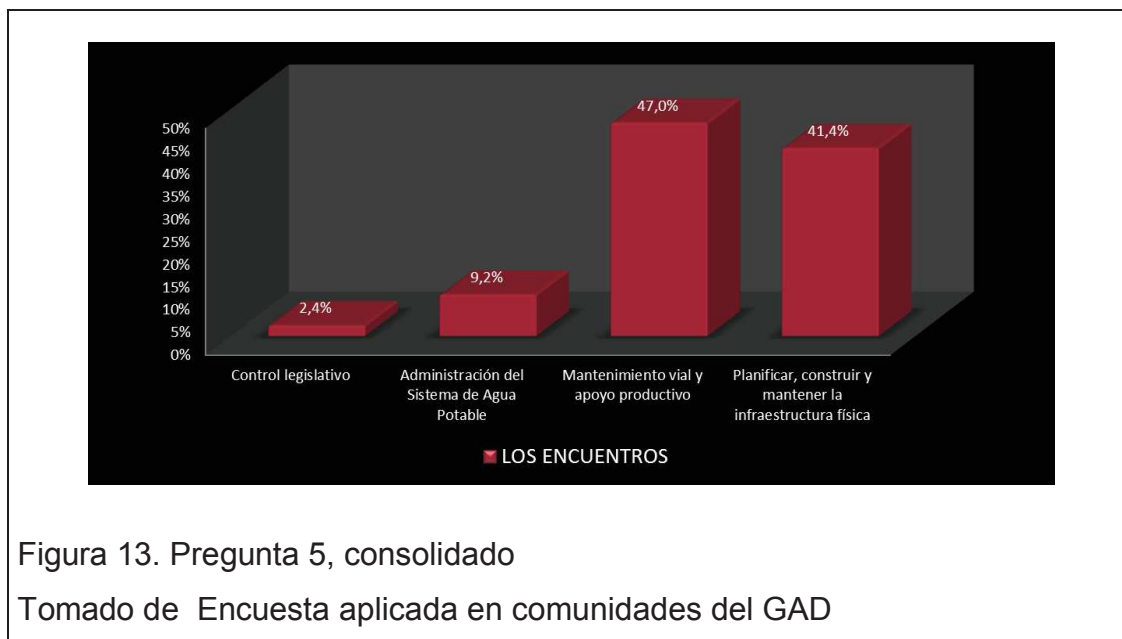


Figura 13. Pregunta 5, consolidado

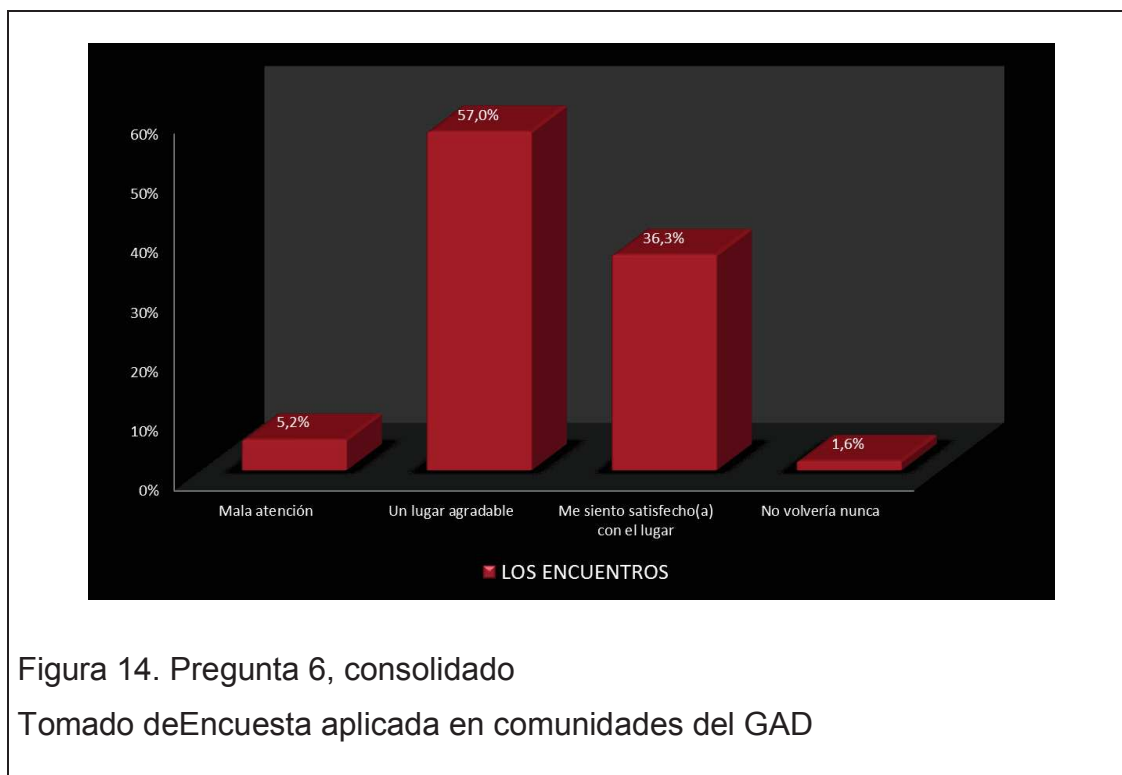
Tomado de Encuesta aplicada en comunidades del GAD

Se observa que el 47% expresa que los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros gira en torno al mantenimiento vial y apoyo productivo. El 41,4% identifica que la institución auditada planifica, construye y mantiene la infraestructura física.

Los porcentajes menores le corresponden al parámetro administración del sistema de agua potable en el 9,2% y el 2,4% considera que se dedica al control legislativo.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



Según la opinión de los encuestados el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es identificado por un 57% de la población como un lugar agradable. El 36,3% expresa que se siente satisfecho con el lugar.

Las cuotas menores le corresponden a los parámetros “mala atención” y “no volvería nunca” con el 5,2% y 1,6% respectivamente.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)



(c)



(d)

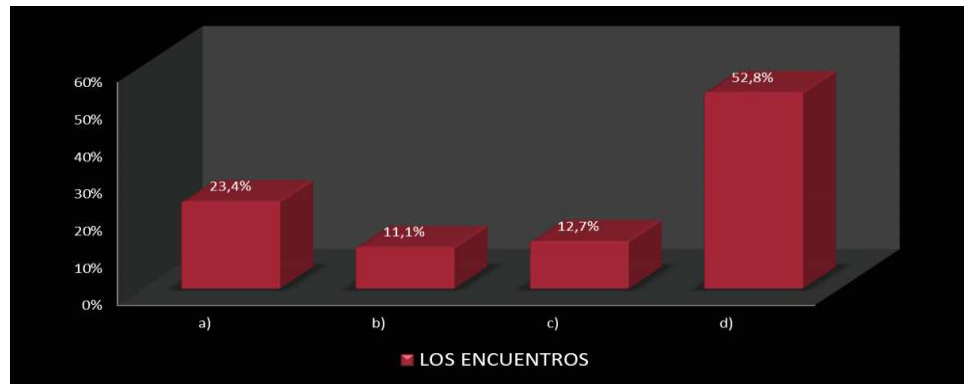


Figura 15. Pregunta 7, consolidado

Tomado de Encuesta aplicada en comunidades del GAD

Con respecto a la imagen visual que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, los encuestados expresaron en un 52,8% que es la figura de la iglesia. El 23,4% cree que es el escudo de la parroquia; por otra parte, el 12,7% considera que es la bandera de la parroquia, y el 11,1% la bandera del Ecuador.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

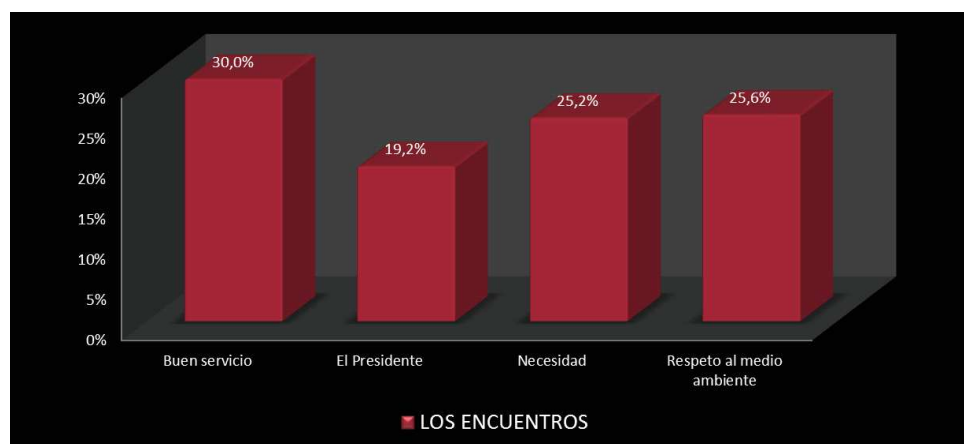


Figura 16. Pregunta 8, consolidado

Tomado de Encuesta aplicada en comunidades del GAD

En los datos reflejados en la figura 16 se sintetiza que el buen servicio es la característica relevante que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, así lo piensa el 30% de la población encuestada. El 25,6% observa que es el respeto al medio ambiente. Con un porcentaje similar el 25,2% cree que aquella institución constituye una necesidad para la población; y, finalmente, el 19,2% considera que es el presidente.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



Figura 17. Pregunta 9, consolidado
Tomado de Encuesta aplicada en comunidades del GAD

El 74,4% de los encuestados manifestó que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo. El 11,2% piensa que es ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental. El 10% enunció que la misión del gobierno local es proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuna, intercultural y accesible, mientras que el 4,4% dijo que formula, establece, fomenta y evalúa políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

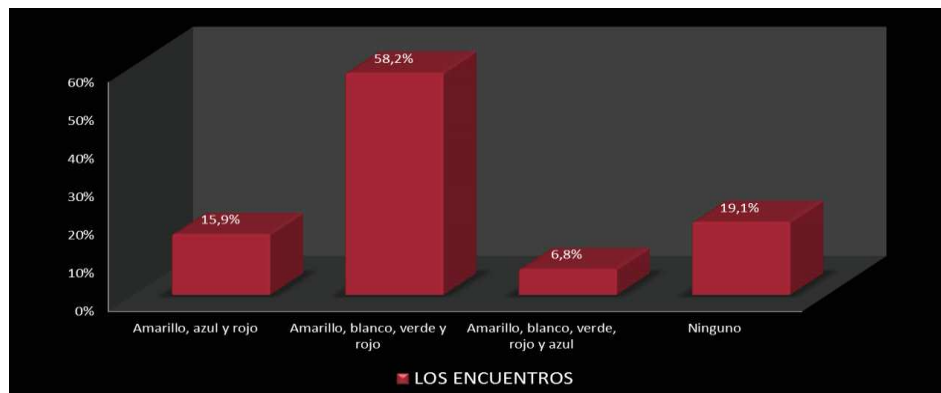


Figura 18. Pregunta 10, consolidado

Tomado de Encuesta aplicada en comunidades del GAD

Como se muestra en la figura 18 el 58,2% manifestó que los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros son el amarillo, blanco, verde y rojo. El 19,1% expresó que ninguno. El 15,9% se inclinó por el amarillo, azul y rojo y el 6,8% por los colores amarillo, blanco, verde, rojo y azul.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

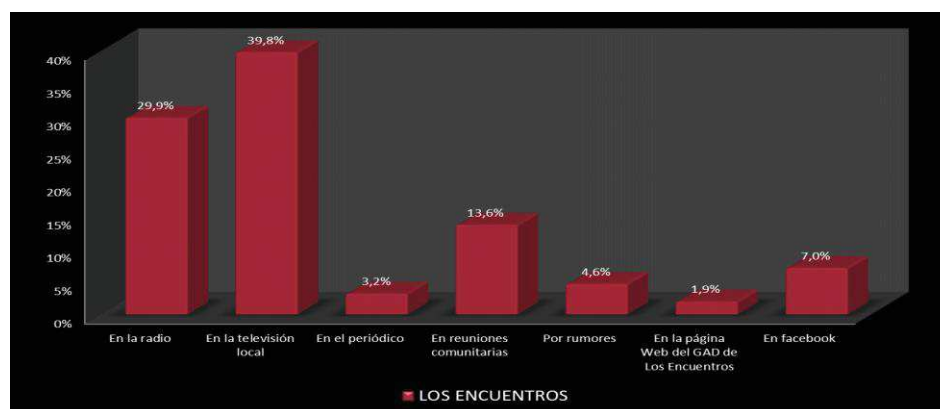
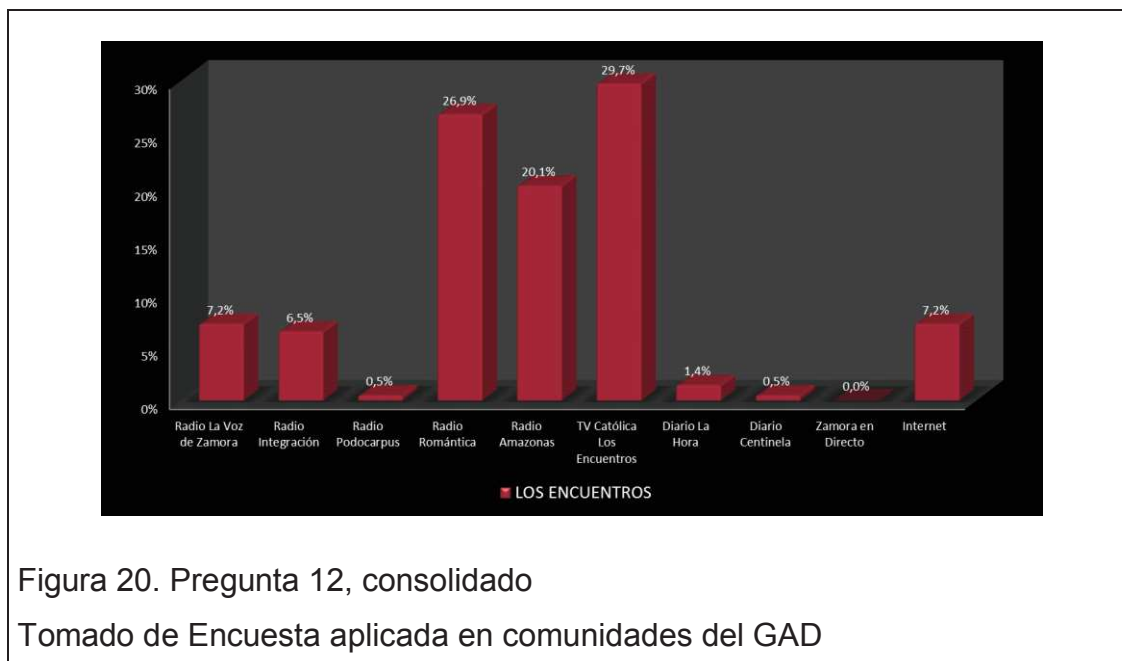


Figura 19. Pregunta 11, consolidado

Tomado de Encuesta aplicada en comunidades del GAD

De acuerdo con los resultados consolidados se visualiza que el 39,8% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros a través de la televisión local, el 29,9% en la radio, el 13,6% en reuniones comunitarias, el 7% por medio de Facebook, el 4,6% por rumores, el 3,2% en el periódico; y, finalmente, el 1,9% de la población lo hace en la página Web del GAD parroquial.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?



Con respecto al medio de comunicación preferido por los encuestados tiene mayor aceptación Televisión Católica Los Encuentros con el 29,7%. Le sigue con el 26,9% Radio Romántica. El 20,1% es para Radio Amazonas. En porcentajes iguales del 7,2% se encuentra la Internet y Radio La Voz de Zamora. Por su parte, Radio Integración goza del 6,5% de aceptación en la zona. Diario La Hora tiene el 1,4% de preferencia y el 0,5% lo comparten Radio Podocarpus y Diario Centinela. El periódico virtual Zamora en Directo no tiene acogida entre la población que habita en la parroquia Los Encuentros.

4.8. Análisis e Interpretación de las entrevistas especializadas

ENTREVISTA 1:

EUGENIO GUILLERMO BENÍTEZ

DIRECTOR DE NOTICIAS DE RADIO ROMÁNTICA

RESUMEN DE LA ENTREVISTA. El trabajo que ha realizado el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ha conllevado a una transformación en la imagen general del pueblo. Las buenas relaciones con los Ministerios y el Gobierno nacional en general, han hecho posible que se ejecuten obras trascendentales como la Unidad del Milenio, la nueva sede para el Gobierno Parroquial. Todo esto ha provocado que los públicos externos destaquen el trabajo relevante del presidente y los vocales del GAD parroquial.

Entre las fortalezas institucionales está el gestionar obras de servicio social y el acercamiento directo con la comunidad. El proyecto minero y estratégico es otra fortaleza y piedra angular de la parroquia. Ha existido un importante acercamiento y relación con la empresa minera Kinross que opera el proyecto Fruta del Norte. Esta empresa contribuyó para fortalecer la institucionalidad del GAD Los Encuentros mediante la ejecución de proyectos en conjunto.

Hay algunas características relevantes que le distinguen al Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros de otras instituciones públicas. La particularidad más fuerte que ha aportado para mejorar la imagen de la parroquia es el hecho de haber buscado alianzas estratégicas que le han llevado a incrementar su presupuesto para poder accionar. El entrevistado destaca la gestión que ha hecho el presidente del GAD parroquial con otras instituciones públicas como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP y otros Ministerios.

La misión y visión que tiene ahora el Gobierno Parroquial hace que involucre a las comunidades en la identificación de necesidades y socialización de obras. Entiendo que una de las principales actividades que hace el GAD parroquial es implicarles en la solución de problemas y adentrarse en la realidad del pueblo.

La parroquia Los Encuentros ha ganado mucha notoriedad. Hoy la parroquia es reconocida enormemente por el trabajo del GAD y por el contexto en el que se desenvuelve. Hay proyectos emblemáticos que se están realizando como la Comunidad del Milenio. Las obras grandes que tiene la parroquia han dado una nueva imagen, percepción y notoriedad no solo a nivel local, cantonal y provincial; sino también a nivel nacional. La notoriedad que ha alcanzado en sus diferentes públicos externos no ha sido solo por el aspecto minero, sino gracias a la gestión de un presidente que le apostó a la gestión.

Una parroquia para que adquiera una imagen positiva debe presentar proyectos de alto alcance como pide el Gobierno Nacional; no hay cabida para obras parches; la nueva visión es formular proyectos emblemáticos que ayuden para que sea visible el crecimiento y bienestar de los habitantes.

ENTREVISTA 2:

CARLOS CHAMBA

PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO RURAL DE LA PARROQUIA LOS ENCUENTROS

RESUMEN DE LA ENTREVISTA. Como máximo representante de la institución califica de bueno y adecuado el trabajo ejecutado. Evaluó que el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ha sido importante en este tiempo porque se ha logrado un crecimiento en los ámbitos educativo, social, cultural, producción y vialidad.

Entre las fortalezas institucionales que identifica es la amistad que tiene con el presidente de la República Rafael Correa, el vicepresidente Jorge Glas y varios ministros de Estado. Amistad que facilitó presentar peticiones y proyectos, los cuales han sido aceptados y plasmados en obras que están a la vista de todos. La amplia gestión es una de las características del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

El presidente del GAD resalta que ha trabajado acorde a la misión institucional que está enmarcada en el compromiso comunitario, la realización de reuniones

en cada uno de los barrios y en generar espacios para que los ciudadanos sean autocríticos de las instituciones públicas.

Respecto a la imagen que tiene la parroquia Los Encuentros, recalca que está dando mucha notoriedad ante los públicos externos. Manifiesta que el impacto generado a nivel provincial es evidente, porque son reconocidos como una parroquia ordenada y próspera.

En cuanto a la gestión comunicacional, señaló que emplean una página Web donde se publican las acciones que ejecutan en la parroquia. También utilizan los espacios radiales que son ofrecidos por los medios de comunicación local mediante entrevistas; y, finalmente, elaboran una revista institucional para la rendición de cuentas; documento que es distribuido con una periodicidad anual en cada comunidad.

Carlos Chamba, presidente del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, dice tener plenamente identificados a los públicos estratégicos con los que ha mantenido relaciones basadas en la transparencia.

Al abordar el tema de imagen institucional, señaló que el personal que trabaja para la institución ha recibido la motivación suficiente para que cuiden su imagen personal y así puedan transmitir de manera indirecta lo que la institución es y hace.

Para cerrar la entrevista, enfatizó que los gobiernos locales tienen la ventaja de conocer la auténtica realidad que viven sus pueblos, lo que permite posicionarse ante la gente como alguien cercano. Por otra parte, explicó que una de las principales dificultades que tienen como institución pública local es contar con un presupuesto reducido; aquella situación ha impedido poder involucrar a más personal técnico que contribuya para elaborar propuestas que al final se reviertan en obras de alto impacto.

ENTREVISTA 3:

NORMAN TANDAZO

DIRECTOR DE NOTICIAS DE TELEVISIÓN CATÓLICA LOS ENCUENTROS

RESUMEN DE LA ENTREVISTA. Considera que un gobierno local con pocos recursos no tiene las herramientas de comunicación necesarias; sin embargo, el uso de las redes sociales le ha posibilitado dar a conocer muchas de las actividades que viene desarrollando el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

Otra oportunidad que ha sabido aprovechar el gobierno local es atender de manera ágil los requerimientos de información solicitados por los medios masivos de comunicación que operan en la zona; permanentemente el líder de la institución concede entrevistas

También señala el entrevistado que el GAD parroquial emplea otras herramientas de comunicación como el perifoneo y las invitaciones personalizadas mediante oficios y convocatorias que se dirigen a la ciudadanía y otros “stakeholders” a los que se les involucra en temas de desarrollo comunitario.

Las actividades que ha realizado el Gobierno Parroquial han sido muy interesantes; hay que tomar en cuenta que esta parroquia es considerada por el Gobierno Nacional como uno de los sitios estratégicos porque dispone de una de las reservas de oro más importantes del mundo; esta connotación quizá es su mayor fortaleza, por eso desde todos los entes gubernamentales se está apoyando en la organización y planificación de las actividades que se deben gestionar y ejecutar con carácter de urgente en la parroquia Los Encuentros.

La notoriedad del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es gracias a los hechos, a las obras. El entrevistado puntualizó que la coyuntura política ha facilitado construir una relación cercana entre el Gobierno Nacional y el GAD parroquial para construir obras de alto impacto como la Unidad del Milenio, el

Edificio de Atención al Ciudadano, el coliseo de deportes; infraestructuras que se han posicionado a nivel provincial con una amplia notoriedad.

Las acciones que ejecuta una autoridad son las que dejan un precedente duradero ante sus públicos y las futuras generaciones; siempre y cuando las obras sean planificadas con una visión de largo plazo.

En otro tema, el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, presenta grandes limitaciones comunicacionales como el no tener un profesional que gestione la comunicación institucional; esta ausencia le ha impedido difundir al cien por ciento su accionar como institución pública y de servicio a la ciudadanía, lo que complica también para gestionar la imagen corporativa de la institución.

En definitiva, señala que es necesario integrar un equipo humano de comunicación para que se encargue de revisar o instaurar procesos que aporten para moldear su identidad, posicionar su imagen y elaborar estrategias comunicacionales que difundan el trabajo que realizan como institución.

ENTREVISTA 4:

SALVADOR QUISHPE LOZANO

PREFECTO PROVINCIAL DE ZAMORA CHINCHIPE

RESUMEN DE LA ENTREVISTA. El entrevistado destaca que la notoriedad del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros generada ante los públicos estratégicos, se da por las obras que se están construyendo: un edificio donde funcionará la junta parroquial y algunas otras instituciones que darán un mejor servicio público para los habitantes del sector.

Quishpe exterioriza que como GAD de la provincia de Zamora Chinchipe, logró concretar un convenio de vialidad con la cooperación del gobierno local de Los Encuentros. Luego, destaca que existe una especie de distanciamiento que ha provocado firmar convenios muy puntuales como el de la realización de las ferias agropecuarias cuando la parroquia cumple su aniversario de creación.

Las dos instituciones antes señaladas no tienen por el momento una mayor vinculación; por lo tanto, el representante del gobierno provincial no reveló otros detalles del accionar que realiza la institución investigada.

El entrevistado expresó que el presidente del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros al ser militante de un movimiento político con quien no ha podido tener una afinidad, ha provocado dificultades para instaurar una buena relación interinstitucional entre el gobierno parroquial y el gobierno provincial.

Como representante del gobierno provincial, dijo que los gobiernos parroquiales son instituciones a las que mira en igualdad de condiciones; expresa que al establecer una comparación entre las parroquiales de la provincia, hay algunas que aunque no son de su línea política, han hecho mayor notoriedad. El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ha hecho notoriedad; sin embargo, hay otros gobiernos locales que han logrado tomar mayor posicionamiento.

El prefecto señala que las autoridades cuando inician el cumplimiento de su gestión deben dejar la línea política a un lado; eso permite encontrar las puertas abiertas en las distintas instituciones que pueden constituirse en cooperantes.

La recomendación que hace es que tanto las autoridades del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y el gobierno provincial bajen las banderas partidistas y levanten la bandera de la parroquia; de acuerdo a su criterio, esto ayudará para mejorar la relación interinstitucional.

ENTREVISTA 5:

WINER BRAVO

COMMUNITY RESPONSABILITY TEAM LEAD-KINROSS

RESUMEN DE LA ENTREVISTA. Como representante de una de las instituciones privadas que sostiene relaciones de cooperación con el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, señaló que el gobierno local en los

últimos cuatro años ha tenido un crecimiento notable en su imagen institucional.

Aquello se debe a varios factores como incluir la planificación entre su estrategia de desarrollo local y cumplir con las competencias que tienen como institución pública; aspectos que empezó a visualizarse en el accionar interno del personal que labora para el GAD.

Otra situación que suma al crecimiento de la parroquia, es la posibilidad de contar con actores claves entre los públicos internos del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros; aquellas personas fueron entendiendo cuáles son los objetivos que tienen como institución, su accionar, la capacidad de gestión y relevancia que tienen a nivel local y nacional.

La población de la parroquia Los Encuentros también fue incluida en esa dinámica de entender las competencias y la funcionalidad del GAD Parroquial mediante los acercamientos anuales que tuvo aquella institución con las comunidades para la elaboración de los presupuestos participativos. Los habitantes empezaron a ser reconocidos como actores importantes en la consecución de objetivos para la comunidad.

Adicionalmente, en el transcurso de los últimos cuatro años, se ha desarrollado un acápite transversal; la parroquia Los Encuentros entró a ser uno de los epicentros del accionar del Gobierno Nacional en Zamora Chinchipe; empezó a ser el foco de atención por estar ubicado en una parroquia que tiene uno de los proyectos mineros estratégicos para el Ecuador en general.

La intervención del Gobierno Nacional instauró un discurso que prevé primero el desarrollo de las comunidades que están en el área de influencia de los proyectos estratégicos. Eso hizo que empiece a visualizarse una mayor actividad de inversión en la zona generada por el Gobierno nacional e involucrando al Gobierno local.

En el aspecto de gestión comunicacional, el vocero de Kinross señala que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros no tiene una estrategia de

comunicación implantada. Su presencia en los medios de comunicación local ha sido resultado de la buena interacción que ha tenido con “stakeholders” que están mejor constituidos y que manejan adecuadamente la parte comunicacional como la empresa Kinross y otras instituciones estatales como Ecuador Estratégico. Por ejemplo, señala que la empresa privada Kinross desarrolló programas de nivelación escolar, donde se hizo un levantamiento de información y tuvo que visitar puerta a puerta las casas de todos los comuneros que habitan en Los Encuentros. Los mensajes emitidos durante aquella acción incluían posicionar al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros como una institución con la que se coordinó ese proyecto; aquello le dio al Gobierno Parroquial la oportunidad para que empiece a ser parte activa y participe en procesos de diálogo e interactividad con las comunidades.

El entrevistado puntualizó que el GAD parroquial no tiene un plan de comunicación; sin embargo, actividades comunitarias como la antes señalada, tuvieron una estricta planificación y ejecución que lograron acaparar la atención de los medios locales, quienes terminaron publicitando el accionar coordinado de una empresa privada conjuntamente con el involucramiento del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

Respecto a la identidad institucional del GAD parroquial, considera que aún no la tienen plenamente identificada para luego trabajar en fortalecerla y difundirla. Hoy en día, la identidad ante sus públicos externos es percibida como parecida al Gobierno nacional, al partido Alianza País. El no contar con una identidad institucional fuerte, es uno de los puntos débiles de la entidad investigada.

La notoriedad que hoy en día trasciende a nivel provincial y hasta nacional, se debe a la coparticipación que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con empresas privadas, el Gobierno Nacional y otras instituciones de la misma parroquia.

El GAD parroquial no tiene un plan de comunicación externa e interna, no tiene una persona o departamento responsable de este tema, ni alguien que los

asesore en cuestiones comunicacionales. Aquello conlleva a que la información importante no trascienda a nivel mediático y poblacional.

Cualquier entidad pública o privada tiene competencias en las que se debe enmarcar y leyes que cumplir; sin embargo, muchas de ellas no consideran a la comunicación estratégica como parte integral de su accionar cotidiano y lo dejan a la deriva; es decir, esperan ser buscados como fuente de información y no son ellos quienes construyen mensajes comunicacionales que los posicione a nivel público. El entrevistado recomienda cambiar aquella forma de pensar porque toda institución pública o privada debe tener una estrategia y una planificación de comunicación.

El Gobierno nacional ha expresado que la información constituye un derecho de todo ciudadano y organismos. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados están llamados a entregar esa información al ciudadano ecuatoriano, y mejor si lo hace de manera planificada y estratégica; aspecto que no ocurre en los GAD parroquiales porque mencionan no tener disponibilidad de fondos económicos y talento humano para ejercer esta acción.

Para generar información o contar con una estrategia de comunicación, no necesariamente implica contar con una inversión grande. Lo que se requiere es planificar de manera adecuada, conocer y emplear herramientas comunicacionales apropiadas para el público al que se dirigen los mensajes, sin descuidar que la información debe ser oportuna, pertinente y cumplir con algún objetivo.

En la parroquia Los Encuentros no es complicado construir un Plan de Comunicación, las personas se informan a través de los medios radiales, su segunda preferencia son los medios impresos y aquellos de orden rotativo como carteleras, reuniones formales e informales presididas por un vocero institucional.

4.9. Análisis e interpretación de los focus groups

4.9.1. FOCUS GROUP CON INDÍGENAS SHUAR

El 11% de la población (441 Hab.) que integra el territorio en el que opera el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros, corresponde a los indígenas Shuar. Aplicar la técnica de focus group, permitió incluir a siete participantes (3 mujeres y 4 hombres) que pertenecen a la etnia Shuar y residen en la jurisdicción parroquial de Los Encuentros.

La información cualitativa que se pudo recoger gira en torno a la percepción que este sector de la población tiene sobre la institución investigada.

4.9.1.1. Percepción indígena Shuar

Tabla11. Percepción indígena Shuar

TEMÁTICA ABORDADA	RESPUESTAS OBTENIDAS
Instituciones que tienen mayor influencia en la parroquia Los Encuentros.	<ul style="list-style-type: none"> - GAD Rural de la parroquia Los Encuentros (influencia positiva). - Compañía minera Kinross (influencia positiva). - Gobierno nacional (influencia positiva). - GAD del cantón Yantzaza (influencia negativa). - GAD de Zamora Chinchipe (influencia negativa). - Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda – MIDUVI (influencia positiva).
Personas más influyentes en la parroquia Los Encuentros.	<ul style="list-style-type: none"> - Carlos Chamba, presidente del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros (influencia positiva). - P. Zdzislaw Rakoczy, sacerdote (influencia positiva). - Rafael Correa, presidente de la República (influencia positiva). - Presidentes de las comunidades (influencia positiva). - Salvador Quishpe, prefecto (influencia negativa). - Ángel Erreyes, alcalde (influencia negativa). - P. Jorge Chumapi, presidente de la Federación Shuar de Zamora Chinchipe (influencia positiva).

	<ul style="list-style-type: none"> - Rómulo Torres, Unidad de Policía Comunitaria Los Encuentros (influencia positiva). - Eduardo Calvas, ministro de la Amazonía-ECORAE (influencia negativa). - José Paqui, Gobernador de Zamora Chinchipe (influencia negativa).
Lo que primero piensan cuando escuchan "GAD Rural de la parroquia Los Encuentros"	<ul style="list-style-type: none"> - Junta parroquial Los Encuentros. - El presidente del GAD. - Las obras (calles, edificio nuevo del GAD, juegos infantiles). - No presencia de personal shuar en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.
Percepción de las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.	<ul style="list-style-type: none"> - Edificio nuevo que está en construcción. - Sala de espera poco acogedora. - Buen infocentro (servicio de internet gratuito). - Graderío mal pintado. - Faltan adornos y televisión. - Antes no había quien realice la limpieza del edificio.
Percepción sobre los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros	<ul style="list-style-type: none"> - Buena atención del presidente. - Buena atención del secretario y otros técnicos. - Los funcionarios del GAD explican muy bien a sus usuarios respecto a lo que deben hacer frente a un trámite. - El personal del GAD atiende bien a los usuarios. - Cumple los compromisos.
Canales de comunicación que debería emplear el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.	<ul style="list-style-type: none"> - A través de los presidentes de las comunidades. - Por teléfono. - Reuniones comunitarias. - Que el GAD Rural use las carteleras comunitarias que existen. - Perifoneo. - Radio Amazonas. - Revistas institucionales.
¿La no atención en lengua quichua o shuar afecta la comunicación entre el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los indígenas shuar y los quichuas saraguro?	<ul style="list-style-type: none"> - No afecta en la actualidad a la población shuar joven, porque todos hablan el idioma español. - Manifiestan que la atención a los usuarios en shuar y quichua fomentará la cultura y la no discriminación. - Los adultos mayores sí necesitan comunicarse en idioma shuar. - Solo las instituciones de Zamora Chinchipe no ofrecen el servicio de ser atendidos en su propio idioma.
	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar para generar espacios de

<p>Aspectos que debe mejorar el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en materia comunicacional</p>	<p>encuentro para el reconocimiento y valoración de las manifestaciones culturales de los shuar, saraguros y mestizos (idioma, cosmovisión, ritos, danza, gastronomía, etc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fomentar el respeto entre las culturas existentes en la zona. - Promover el turismo comunitario. - Incluir mano de obra shuar en la institución. - Usar correctamente la terminología por parte de los otros grupos étnicos cuando se refieran a los shuar.
--	--

Tomado de Focus Group aplicado a indígenas shuar

Como se puede observar en la información cualitativa que detalla el cuadro anterior, el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ocupa un lugar preferencial en la mente de sus usuarios. Sin embargo, vale enfatizar que la marca como tal no está definida y por ende no hay un ícono que la identifique de manera fuerte en lo visual y la diferencie de otros gobiernos locales.

El liderazgo del presidente de la institución ha contribuido a construir ciertos vínculos con sus públicos, por eso los habitantes del sector cuando les hablan de GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, inmediatamente la asocian con el presidente de la institución; sin embargo, como entidad pública local no han logrado transmitir su esencia, su filosofía, puesto que no solo es importante hacer las cosas y pensar que ese es el fin; también es trascendental lograr transmitir a la vez por qué se hacen ciertas obras y cómo se lo ha hecho.

El “hacer cosas” se lo debería ver institucionalmente como el medio por el cual se accede a la mente de sus gobernados, porque claro está que toda acción genera una consecuencia; es decir, la percepción de los usuarios es la consecuencia del proceso de conocimiento, consideración e interpretación que haga cada individuo que recibe la influencia directa o indirecta de las acciones de la institución.

Para gestionar el posicionamiento de la institución investigada, hace falta que marquen cuál es la propuesta de valor que les inspira para trabajar y cuáles

son los lineamientos estratégicos comunicacionales que van a emplear para alcanzar notoriedad mediática.

La infraestructura y los servicios institucionales resultan elementos relevantes que comunican a los usuarios del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, tal es el caso que los pronunciamientos mayoritarios giran en torno a detalles visuales como el orden, la limpieza y la atención que reciben de los funcionarios. Al momento guardan la esperanza que aquellos aspectos van a mejorar, porque se está construyendo un edificio moderno donde van a funcionar todas las instituciones públicas que están al servicio de los habitantes de la parroquia.

Entre los canales de comunicación que son identificados como los más amigables para el sector, se destaca la comunicación verbal comunitaria, aquella en la que puedan establecer contacto directo con las personas; es decir, a través de los presidentes de las comunidades y mediante reuniones comunitarias.

También se recalcan medios como el teléfono, perifoneo, uso de carteleras informativas, radio y revistas institucionales. Tener identificadas cuáles son las herramientas comunicacionales de las que se puede hacer uso para comunicarse con los públicos estratégicos del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros constituye una ventaja para generar una estrategia que busque resolver problemas de comunicación como el desconocimiento de las competencias institucionales, facilitará la difusión de servicios y beneficios a los usuarios, además de trabajar en el incremento e identificación de la imagen; aspectos que en definitiva contribuirán para generar sentido de pertenencia y significado social.

El territorio de Los Encuentros tiene la particularidad de incluir a pobladores que hablan en idioma español, quichua y shuar. Como parte de la investigación se profundizó en el tema de saber cuánto afecta en las relaciones y en la comunicación en general la diversidad de idiomas existentes en un territorio pequeño. Los resultados obtenidos durante el conversatorio revelaron que no

constituye una barrera el hecho de hablar diferentes idiomas, esto porque los indígenas shuar y los quichuas saraguros tuvieron que aprender el español dado que la educación formal desde niños la reciben en ese idioma. Además, en la actualidad los habitantes shuar constituyen un grupo humano minoritario en comparación con los mestizos (shuar 441 personas, saraguros 213 y mestizos 3.356).

En la misma línea del idioma empleado por los tres componentes étnicos en la parroquia Los Encuentros, se identificó que los shuar se sienten muchas de las veces humillados por el mal uso de términos en el idioma castellano. Por ejemplo, citan que cuando una persona mestiza o saragura emplea la palabra “jíbaro” para referirse a los shuar, ellos lo toman como un insulto grave porque significa ignorante, no bautizado, como seres vivos que tienen menos valor que cualquier animal. Sin embargo, los mestizos y shuar que emplean aquel término lo hacen en su mayoría creyendo que es sinónimo de shuar. Por eso señalan que entre los aspectos que debe mejorar el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros está el trabajar para generar espacios de encuentro, reconocimiento y valoración de las manifestaciones culturales de los shuar, saraguros y mestizos como el idioma, cosmovisión, ritos, danza, gastronomía, etc.

Para concluir se puede decir que es necesario desarrollar la capacidad de escuchar, empleando recursos suficientes para consultar a los públicos. En definitiva, la auténtica comunicación debe respetar a sus públicos e interaccionar con ellos para juntos construir unos símbolos y valores que los conlleve a una convivencia basada en la confianza e identificación mutua que más adelante terminará favoreciendo a la institución en cuanto a imagen y reputación.

4.9.2. FOCUS GROUP CON INDÍGENAS QUICHUA SARAGURO

Con un 5,3% (213 habitantes) la etnia quichua-saraguro forma parte de la parroquia Los Encuentros. Esta etnia es originaria del cantón Saraguro, provincia de Loja.

Aplicar la técnica de Focus Group permitió incluir a 8 habitantes (3 hombres y 5 mujeres) que pertenecen a la etnia quichua-saraguro que habitan en la parroquia Los Encuentros. Esta técnica estuvo encaminada para recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los líderes comunitarios respecto al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

A continuación se detallan las temáticas abordadas durante la aplicación de la técnica y los resultados obtenidos:

4.9.2.1. Percepción indígenas quichuas saraguros

Tabla 12. Percepción indígenas quichuas saraguros

TEMÁTICA ABORDADA	RESPUESTAS OBTENIDAS
Instituciones que tienen mayor influencia en la parroquia Los Encuentros.	<ul style="list-style-type: none"> – Kinross (influencia positiva). – GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. (influencia positiva). – GAD del cantón Yantzaza (influencia positiva). – GAD de Zamora Chinchipe (influencia positiva). – Policía Nacional (influencia positiva). – La Iglesia (influencia positiva). – Ministerio de Salud (influencia positiva). – Registro Civil (influencia positiva). – Cooperativa de transporte de pasajeros (influencia positiva). – Ministerio de Inclusión Económica y Social-MIES (influencia positiva) – TV Católica Los Encuentros (influencia positiva). – Liga Deportiva Parroquial Los Encuentros (influencia positiva).
	<ul style="list-style-type: none"> – P. Zdzislaw Rakoczy, sacerdote (influencia positiva) – Carlos Chamba, presidente del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros (influencia positiva). – Salvador Quishpe, prefecto de Zamora

<p>Personas influyen más en la parroquia Los Encuentros</p>	<p>Chinchipe (influencia positiva).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ángel Erreyes, alcalde del cantón Yantzaza (influencia positiva). - Manuel Cabrera, director de la Escuela Gabriela Mistral (influencia positiva). - Carlos Albarracín, rector del Colegio “Diez de Noviembre” (influencia positiva). - Jaime Govea, director del Sub centro de Salud Los Encuentros (influencia positiva). - Rómulo Torres, jefe de la Policía Comunitaria de Los Encuentros (influencia positiva).
<p>Lo que primero piensan cuando escuchan GAD Rural de la Parroquia Los Encuentros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno Autónomo Descentralizado. - Parroquia desarrollada, gente amable. - Lucha de poderes. - Apoyo del Gobierno Central. - Gestión por parte del presidente del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. - Institución política.
<p>Percepción de las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Edificio en el que funcionan varias instituciones públicas. - Ambiente poco acogedor y reducido. - Falta de limpieza. - No hay buena infraestructura. - Falta de señalética. - Falta pintar las instalaciones. - Cuenta con un solo baño. - Oficinas no aptas para trabajar. - En época de verano hay mucho calor.
<p>Percepción sobre los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Amables. - Atentos. - Buen servicio. - Hacen sentir en confianza a los usuarios. - Son claros explicando.
	<ul style="list-style-type: none"> - Reuniones continuas. - A través de los presidentes de los barrios. - Reuniones comunitarias. - TV Católica Los Encuentros.

<p>Canales de comunicación que debería aplicar el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros a sus habitantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A través de los Vocales del GAD parroquial. - Programas radiofónicos mensuales para procesos de rendición de cuentas. - Consideran poco útil una revista institucional. - Perifoneo. - Internet (facebook). - Avisos leídos en las misas. - Teléfono.
<p>¿La no atención en la lengua quichua-shuar afecta la comunicación entre el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con sus públicos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Es necesario que el GAD atienda en idioma quichua para poder rescatar la lengua. - Es fundamental atender en quichua, ya que el Gobierno a través de la constitución ha dado ese derecho. - Atender en quichua a los usuarios no constituye una necesidad urgente. - Los pueblos indígenas no tienen problemas con el uso del idioma español.
<p>Aspectos que debe mejorar el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura. - Incrementar el personal técnico. - Difundir las competencias del GAD. - Contratar un comunicador social. - Mejorar la imagen corporativa.

Tomado de Focus Group aplicado a indígenas quichuas saraguros

La información antes detalla señala que los representantes de la etnia quichua saraguro observan al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros como una institución desarrollada gracias a la gestión de su presidente Carlos Chamba. Es importante resaltar que la marca como institución no está definida y no hay un elemento o símbolo que la identifique de manera clara como entidad pública de la parroquia Los Encuentros.

Los públicos investigados manifiestan que esta imagen positiva no se ha generado de manera comunicacional; es decir, mediante un plan de comunicación, sino que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros se ha logrado posicionar gracias al accionar de su principal líder.

El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros no tiene una imagen visual que la identifique ante sus principales públicos externos, su señalética, el descuido de sus instalaciones, la falta de oficinas adecuadas, han reflejado ante sus públicos una débil imagen; esto sumado a la ausencia de una persona responsable del área de comunicación, está llevando a la institución a no ser reconocida como una marca sólida.

La infraestructura, los servicios y la atención al usuario que ofrece el GAD Rural de la parroquia los Encuentros resultan elementos muy importantes que comunican visualmente a quienes visitan esta entidad. El no mantenimiento de las áreas de baño, paredes, oficinas, estructura y la ausencia de un climatizador provoca que sus usuarios califiquen de poco acogedor el ambiente del GAD.

Para que la institución sea posicionada e identificada se necesita trabajar con sus públicos internos, para que ellos sean los portavoces de la misión, visión, valores y cultura de la entidad a la cual representan. Es por ello que se resalta la necesidad de tener un responsable de gestionar la comunicación mediante un plan de comunicación acorde a las necesidades de la institución, donde haga uso de las herramientas de comunicación que han sido identificadas por los integrantes del focus group (programa radial, perifoneo, reuniones comunitarias, carteleras, boletines de prensa, notas televisivas).

Para los quichuas-saraguros en estos tiempos ya no es una barrera su idioma nativo, ya que se comunican en el idioma español las tres etnias existentes en la zona. Aunque el Estado ecuatoriano da el derecho de incorporar en las instituciones públicas las lenguas nativas de acuerdo al componente poblacional, los ochos representantes a quienes investigamos no lo ven necesario en temas de atención al público; sin embargo, manifiestan que se debería promocionar a través de proyectos, el uso del idioma quichua porque es parte de su identidad cultural. Proponen que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros establezca un departamento de cultura para estas actividades de difusión y fortalecimiento de la armonía entre etnias.

Entre los aspectos que debe mejorar al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros según la etnia quichua saraguro están: la infraestructura para que sus funcionarios trabajen en un espacio idóneo, el aumento de personal técnico y en especial de un comunicador social el cual se encargue de la imagen corporativa y la comunicación con sus públicos.

Asimismo, se requiere la difusión de las competencias del GAD para que sus habitantes conozcan de los servicios que ofrece la institución. Estos ejes importantes según los participantes del focus group ayudarán a posicionarse de manera eficaz al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y sobre todo a comunicar la forma organizada y planificada de su accionar para con la comunidad.

Finalmente, es necesario tomar en cuenta la importancia de la comunicación en las instituciones, puesto que con sus estrategias y herramientas comunicacionales ayudan a escuchar y detectar en sus públicos el acuerdo o descontento del accionar de una institución.

4.10 Análisis e interpretación de la ficha de observación

La aplicación de la herramienta de investigación denominada ficha de observación, permitió registrar durante cuatro días información relevante respecto a las herramientas empleadas por el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y sobre el comportamiento de los usuarios de la institución antes señalada.

A. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA EMPLEADAS POR EL GAD RURAL DE LOS ENCUNTROS. En este acápite se verificó de manera directa la forma en que la institución investigada se comunica con sus públicos. La revisión de documentos demuestra que las herramientas más utilizadas son:

Tabla 13. Herramientas de comunicación externa

TIPO DE HERRAMIENTA	MEDIO DE VERIFICACIÓN	FRECUENCIA	TIPO DE PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE
Teléfono	Llamadas recibidas	2.610 por año	- Instituciones públicas. - Empresas privadas. - Proveedores - Habitantes de las comunidades
	Llamadas realizadas	3.915 por año	- Instituciones públicas. - Empresas privadas. - Proveedores
Correspondencia	Oficios enviados	522 por año	- Instituciones públicas. - Líderes comunitarios. - Empresas privadas
	Oficios recibidos	783 por año	- Instituciones públicas. - Habitantes de las comunidades. - Empresas privadas
Correo electrónico	Correos recibidos	480 por año	- Instituciones públicas. - Empresas privadas.
	Correos enviados	360 por año	- Instituciones públicas. - Empresas privadas.
Reuniones	Fotografías	180 por año	- Instituciones públicas - Habitantes de las comunidades. - Empresas privadas
Perifoneo	Observación directa	48 por año	- Habitantes del centro parroquial de Los Encuentros.
Entrevistas en medios de comunicación local	Publicaciones en TV y prensa escrita	30 por año	- Habitantes de Zamora Chinchipe
Cartelera informativa	Fotografías	12 por año	- Habitantes de las comunidades.
Mesas informativas	Fotografías	12 por año	- Habitantes de las comunidades.
Redes Sociales	Fotografías institucionales publicadas	12 por año	- Instituciones públicas. - Empresas privadas. - Habitantes de las comunidades.
Pautas publicitarias	Cuñas radiales-festividades de parroquialización. Aviso trabajos de mantenimiento vial	2 por año	- Habitantes de Zamora Chinchipe
Revista institucional	Revista "Rendición de Cuentas"	1 por año	- Instituciones públicas. - Empresas privadas. - Habitantes de las comunidades.
Trípticos	Programa de festividades de parroquialización	1 por año	- Instituciones públicas. - Empresas privadas. - Habitantes de las comunidades.
			- Instituciones públicas.

Página Web	losencuentros.gob.ec	1 por año	- Empresas privadas. - Habitantes de las comunidades.
Identificación de obras	Gigantografía del centro recreacional MASHI. Parque central avenida principal	1 por año	- Habitantes de las comunidades.

Tomado de GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

Durante los días que se aplicó la técnica de observación se verificó que el teléfono constituye la herramienta más utilizada. En promedio registramos por día 10 llamadas recibidas y 15 llamadas realizadas en secretaría; lo que permite establecer contacto con instituciones públicas, empresas privadas, proveedores y habitantes de las comunidades.

La correspondencia constituye la segunda herramienta de comunicación por su frecuencia en el uso. Se envían 2 oficios cada día y se reciben 3 para relacionarse con instituciones públicas, líderes comunitarios, empresas privadas y la comunidad en general.

La cuenta de correo electrónico gplosencuentros@gmail.com empleada por el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros permite comunicarse principalmente con instituciones públicas y privadas con una frecuencia mensual de 40 correos recibidos y 30 enviados.

Las reuniones en la oficina de la Presidencia o en comunidad, también constituyen una forma de comunicarse con sus públicos estratégicos. En promedio el máximo representante de la institución investigada, asiste a 15 reuniones por mes.

Como parte de la comunicación comunitaria que aplica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros está el perifoneo. En promedio se difunde 1 aviso por semana a través de una bocina que está colocada en el edificio donde funciona el gobierno local, el público que recibe los mensajes corresponde exclusivamente a los habitantes del centro parroquial de Los Encuentros.

Siendo la parroquia Los Encuentros una comunidad estratégica para el Gobierno nacional por el importante depósito de oro descubierto en el año 2006 (13.7 millones de onzas de oro), en los últimos años también acapara la atención de los medios de comunicación local; es así que son estos últimos quienes buscan al vocero del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros para obtener información de los convenios y proyectos que ejecutan en esta jurisdicción territorial por parte de las instituciones públicas y privadas. Según archivos, 30 entrevistas del presidente de la institución investigada son publicadas cada año por los medios locales, sin que hayan sido gestionadas por el GAD, toda vez que no cuenta con un comunicador social.

Las carteleras informativas son otra herramienta para difundir mensajes institucionales. Existen 17 carteleras distribuidas entre las comunidades. Ahí se publica 1 comunicado por mes.

Las mesas informativas son utilizadas principalmente para atender requerimientos de información y entregar productos alimenticios a los usuarios de los servicios de apoyo social que ofrece el Gobierno Nacional y que son canalizados una vez por mes a través del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Por ejemplo, tenemos el programa llamado “Aliméntate Ecuador”.

La cuenta de Facebook institucional es aprovechada únicamente para compartir fotografías de obras que ejecuta el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. El secretario de la institución es quien la gestiona y actualiza una vez por mes. Al momento no dispone de otra red social activa.

De acuerdo a los archivos revisados, en el 2013 se produjeron dos pautas publicitarias publicadas en la radio durante el año. La una corresponde a la invitación y promoción de las festividades de la parroquia y la segunda se trata de un aviso radiofónico que invita a los conductores a tener precaución cuando transiten por una de las vías en las que se está realizando mantenimiento vial (Vía Los Encuentros-El Zarza).

La revista institucional “Rendición de cuentas” al igual que la página Web “losencuentros.gob.ec”, son usados para publicar cada año la inversión que realiza el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en las diferentes comunidades y de esta manera cumplir con el proceso de rendición de cuentas que exige la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información.

Respecto a los trípticos, se pudo verificar que son aplicados exclusivamente para promocionar eventos sociales, culturales, deportivos, cívicos y de fomento a la producción agropecuaria que se desarrollan con motivo de las fiestas de creación parroquial una vez al año.

Finalmente, la identificación de obras es muy incipiente, no todas cuentan con un rótulo que facilite a los públicos estratégicos conocer que han sido gestionadas o ejecutadas por el GAD Rural Los Encuentros.

B. COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS DEL GAD RURAL DE LOS ENCUENTROS. Para aplicar la segunda parte de la ficha de observación, se contó con informantes que facilitaron los datos requeridos para registrar qué tan amigable comunicacionalmente es el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros para con los usuarios. Para ello se evaluó dos parámetros fundamentales: la atención al público y aspectos de imagen externa de la infraestructura.

Tabla 14. Comportamiento de los usuarios

PARÁMETROS EVALUADOS	RESULTADO	PORCENTAJE
ATENCIÓN AL PÚBLICO		
Nro. De usuarios satisfechos	43	86%
Nro. De usuarios insatisfechos	7	14%
Nro. Total de visitantes	50	100%
INFRAESTRUCTURA		
Señalética interna	19	38%
Sala de espera	16	32%
Accesos	5	10%
Comodidad de la infraestructura	10	20%

Tomado de Usuarios que acudieron al GAD Los Encuentros

El cuadro anterior revela que el comportamiento de los usuarios gira en torno a la respuesta que reciben durante la visita al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Mediante el diálogo sostenido con los informantes se verificó que las 43 personas (86%) que dijeron estar satisfechas con la atención, son usuarios que recibieron respuestas positivas a sus requerimientos. Por ejemplo: se les confirmó qué día les donarían material pétreo para alguna obra comunitaria, cuándo iniciarían la construcción de alguna obra; definieron la hora y el día para sostener una reunión con el presidente del GAD, les ingresaron oficios, etc.

Por otra parte, los 7 usuarios (14%) que están categorizados dentro del rango de insatisfechos, son personas que recibieron respuestas negativas a sus pedidos. Por ejemplo: no existe la posibilidad de nuevas contrataciones de personal, no se incluyó alguna obra dentro de la planificación para la ejecución de obras que tiene el GAD, no se atendió solicitudes de pedidos de maquinaria pesada para trabajos particulares, etc.

En cuanto a la infraestructura, las personas expresaron en el 38% que primero observan la señalética interna al ingresar a un edificio; sin embargo, el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros no cuenta con señalética institucional interna que vaya acorde con su imagen corporativa. Únicamente la oficina de la Presidencia y las baterías sanitarias tienen un letrero e ilustración gráfica respectivamente que emplea colores, tamaños y tipo de letra diferente. Las otras áreas de trabajo como secretaría, contabilidad, proyectos, sala de reuniones, sala de espera, no están identificadas.



Figura 21. Señalética del GAD Los Encuentros

Tomado de Instalaciones del GAD Los Encuentros

Por otra parte, el 32% destaca que observan la sala de espera. En el caso del GAD Rural de Los Encuentros no dispone de un área cómoda y adecuada para sus usuarios. Al momento se emplea únicamente una parte de los pasillos para colocar sillas plásticas que sirven como sala de espera.



Figura 22. Sala de espera del GAD Los Encuentros

Tomado de Instalaciones del GAD Los Encuentros

En tercer lugar, los informantes en un 20% destacan la comodidad de la infraestructura como un factor importante en cuanto a la imagen institucional. Los públicos internos y externos no gozan de un espacio físico acorde a las actuales necesidades operacionales y por su parte el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros no ha invertido en nuevas adecuaciones porque se está construyendo la casa de atención al ciudadano, instalaciones que contará con todos los servicios requeridos.



Finalmente, el 10% de informantes expresa que los accesos son observados durante una visita a la institución. Quienes destacaron este parámetro pensaron en las personas con discapacidad física. De igual manera, se puede añadir que durante los cuatro días que se aplicó esta herramienta de investigación, no se observó la presencia de personas con capacidades diferentes visitando la institución.



CAPÍTULO V

5. DIAGNÓSTICO DEL GAD RURAL DE LA PARROQUIA LOS ENCUENTROS

5.1. Análisis del contexto institucional y deficiencias de comunicación e imagen.

El presente trabajo de auditoría fue planteado porque en la provincia de Zamora Chinchipe no existen antecedentes de haber aplicado un proceso similar en algún Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial y menos aún en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

Además, la institución seleccionada para aplicar el caso de estudio, hoy asiste a un proceso de cambio acelerado en el ámbito político, administrativo y financiero. Desde el año 2008 el GAD parroquial inició el ejercicio de su autonomía en los campos antes enunciados.

Existen tres circunstancias fundamentales que diferencian a Los Encuentros del resto de parroquias que tiene la provincia de Zamora Chinchipe:

- En su territorio se encuentra una de las reservas de oro más importantes del mundo, hecho que fue divulgado en el año 2006 y fecha desde la cual absorbió la atención de instituciones públicas y privadas que están realizando inversiones importantes en ese territorio y buscan construir vínculos con líderes e instituciones locales que existen en este sector que promete aportar significativamente para el desarrollo económico de todo el Ecuador durante los próximos treinta años.
- La población que vive en el sector está integrada por una cultura autóctona (indígenas shuar) y dos culturas provenientes de otras provincias del Ecuador (indígenas quichuas saraguros y los mestizos); la convivencia de estos tres conjuntos de la población ha marcado cambios fundamentales en el quehacer diario de las comunidades e instituciones de la zona investigada.

- Desde el punto de vista comunicacional, es reconocida por tener el primero y único canal de televisión en señal abierta de la provincia de Zamora Chinchipe.

Los contextos antes expresados intervienen en la situación actual de la imagen del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Por eso, resulta inevitable que el máximo organismo local esté preparado para mejorar su institucionalidad y posicionamiento ante la provincia y el país en general.

La institución investigada no ha tenido en ningún tiempo una planificación estratégica de imagen y comunicación que le permita ejecutar acciones, evaluarlas y fortalecerlas o a su vez replantearlas de ser el caso.

En la actualidad y de acuerdo a la investigación realizada, la imagen que proyecta el GAD parroquial ante sus principales “stakeholders” gira en torno al accionar del líder de turno que dirige la institución; es decir, no tiene identificados los puntos fuertes, los puntos débiles, las amenazas y las oportunidades como entidad local en relación con su imagen y comunicación.

La notoriedad alcanzada en los medios locales de comunicación ha sido producto de la interrelación que ha mantenido el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con empresas privadas como Kinross, quienes sí gestionan de manera estratégica procesos de relacionamiento, comunicación, imagen y reputación. La influencia que ha recibido del sector privado le ha permitido aprender y entender que el trabajo comunicacional es igual de importante que el hacer obras en las comunidades ya que la comunicación gestiona significados que enriquecen el producto.

En definitiva, el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en la medida de lo posible, sí aprovechó a los “stakeholders” que en su momento le ofrecieron su apoyo para desarrollar aspiraciones y proyectos que están cargados de símbolos y valores comunicacionales.

Actualmente, es necesario que el GAD parroquial cuente con un equipo consultor o personal de planta que gestione aspectos fundamentales de comunicación e imagen: la cultura de la institución, elementos visuales,

conceptuales, culturales, actitudinales, éticos, estéticos, comportamentales, uso adecuado de herramientas comunicacionales, relaciones con medios masivos de comunicación y “stakeholders”, etc. que están creando efectos en la imagen que tienen sus diferentes públicos.

5.2 FODA del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

La matriz de análisis de puntos fuertes, oportunidades, puntos débiles y amenazas es el resultado del análisis que se aplicó a la información obtenida durante la investigación de campo.

El análisis FODA que a continuación se detalla, consta de una parte interna que está integrada por las fortalezas y debilidades y otra externa conformada por las oportunidades y las amenazas.

Tabla 15. Análisis FODA-interno

MEDIO INTERNO - INSTITUCIONAL	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es la institución pública más importante a nivel local.	Ausencia de personal ejecutivo y operativo para gestionar la comunicación e imagen de la institución (relaciones públicas, procuraduría, etc.).
Posee autonomía política, administrativa y financiera.	Existe indiferencia por parte de los vocales del GAD.
Mantiene el apoyo político y económico del Estado por ser declarada zona estratégica de desarrollo nacional.	De acuerdo a lo previsto en el Presupuesto General del Estado dispone de una baja cuota presupuestaria.
Recibe el apoyo económico y de fortalecimiento institucional de la empresa privada que opera en el proyecto minero estratégico.	Falta de acuerdos interinstitucionales con el GAD cantonal y provincial.
El buen servicio es una de las características con que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros según lo expresan sus habitantes.	Las instalaciones son obsoletas y no posee una identificación visual sólida que le permita posicionar su marca.

Tomado de Auditoría de imagen externa del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

Tabla16. Análisis FODA-externo

MEDIO EXTERNO, ENTORNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Incrementar la notoriedad ante los medios de comunicación local y ciudadanía en general.	Desencanto de los medios de comunicación y baja participación comunitaria.
Lograr una mayor participación y mejor relación entre los vocales (nivel legislativo) del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y los líderes comunitarios.	Desconocimiento de los servicios y competencias del GAD.
Ampliar las alianzas estratégicas para la cooperación interinstitucional con el Gobierno nacional.	Incertidumbre por la distribución de regalías y otros impuestos mineros para las zonas de influencia directa de proyectos estratégicos.
Mejorar las relaciones interinstitucionales con el GAD cantonal y provincial.	Susceptible a impactos mediáticos negativos provenientes de mensajes erróneos emitidos por instituciones públicas cooperantes.
Gestionar ante Ecuador Estratégico (EP) la culminación de los trabajos de construcción y equipamiento del nuevo edificio en el menor tiempo posible.	Insatisfacción de los indígenas shuar y saraguros por la no inserción de personal técnico al GAD que pertenece a su grupo étnico.

Tomado de Auditoría de imagen externa del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

5.3 Análisis de la imagen y comunicación del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

Tabla 17. Análisis causa efecto

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Desconocimiento	Poco uso de herramientas de información.	Población desinformada	<ul style="list-style-type: none"> - Contratar un comunicador social. - Elaborar y ejecutar un plan de comunicación institucional mediante consultoría especializada - Usar TV Católica Los Encuentros, Radio Romántica y radio Amazonas,

			para difundir el accionar del GAD.
No se diseñó e implementó un plan de transición entre la Junta Parroquial y el GAD	Desconocimiento mayoritario en los habitantes de la parroquia Los Encuentros (52,20%) sobre el significado del GAD	El GAD no logra posicionarse en los habitantes.	– Elaborar una estrategia de posicionamiento que implique distribución de material impreso, reuniones comunitarias y carteleras.
Infraestructura obsoleta	Percepción negativa de las instalaciones del GAD	Los usuarios piden mejorar las instalaciones.	Mejorar la señalética interna, sala de espera, accesos y comodidad de la infraestructura.
No cuentan con un gestor comunicacional.	Ausencia de marca institucional.	Que el 52,8% de la población identifica al GAD con una imagen visual de iglesia.	Crear una marca institucional que incluya: definición de colores, logo, eslogan, sitio Web, y brochure.

Tomado de Auditoría de imagen externa del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

5.4 Informe de Auditoría del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

INFORME DE AUDITORÍA DE IMAGEN EXTERNA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO RURAL DE LA PARROQUIA LOS ENCUEENTROS

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objetivos de la Auditoría de Comunicación

Objetivo General:

- Diagnosticar la percepción de los públicos relevantes del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros, por medio de una auditoría de imagen externa.

Objetivos específicos:

- Determinar el nivel de posicionamiento que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros en los públicos externos.
- Establecer el nivel de identificación que tienen los públicos externos del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros.
- Identificar las herramientas de comunicación que son más reconocidas en la comunidad.
- Determinar el nivel de conocimiento de los públicos externos sobre los servicios que el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros ofrece a la comunidad.

1.2 Metodología de investigación

El desarrollo de la Auditoría de Comunicación que se aplicó al GAD Rural de la parroquia de Los Encuentros, comenzó con un primer acercamiento a través del diálogo con el presidente de la institución señor Carlos Chamba. Ahí se logró conocer la estructura y funcionamiento, los públicos, sistemas y soportes de comunicación habitualmente utilizados por aquella institución pública.

Después de esta primera puesta en tema, se definieron las técnicas de investigación y se enlistaron los requerimientos básicos que se debía considerar:

- **Fuentes.-** De tipo primario y secundario basadas en fichas de observación, entrevistas personales, focus groups, encuesta y análisis de documentación relevante según sea el caso.
- **Fichas de Observación.-** Fueron empleadas para registrar durante cuatro días datos relevantes respecto al comportamiento de los usuarios (atención al público: usuarios satisfechos, usuarios insatisfechos;

infraestructura: señalética interna, sala de espera, accesos, comodidad de la infraestructura) y herramientas de comunicación (teléfono, correspondencia, correo electrónico, reuniones, perifoneo, entrevistas en medios de comunicación local, carteleras informativas, mesas informativas, redes sociales, pautas publicitarias, revista institucional, trípticos, página web y señalética de obras) empleadas por el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Los públicos indagados fueron los usuarios y funcionarios del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

- **Entrevistas personalizadas.**- Se utilizaron para recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los públicos externos relevantes. Participaron expertos en comunicación, representante del GAD Rural de la Parroquia Los Encuentros, representantes de empresas pública y privada.
- **Encuestas.**- Esta técnica permitió diagnosticar la percepción que tienen los habitantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en las áreas de posicionamiento, identidad, imagen y comunicación. Se aplicó a los habitantes de las 17 comunidades que integran la jurisdicción parroquial Los Encuentros que estén comprendidas entre los 18 y 65 años de edad.
- **Focus groups.**- Se recabó información cualitativa sobre la percepción que tienen del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros los grupos étnicos que están integrados por los indígenas Shuar y Saraguros.

1.3 Presentación de la institución investigada

Marco legal

El accionar del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros, está enmarcado en la última Constitución de la República del Ecuador vigente desde el 20 de octubre de 2008, en su Título V que trata de la “ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO”, Capítulo Primero expresa:

Art. 238.- “Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, se regirán por los principios de solidaridad, subsidiaridad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales”.

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

Art. 240.- “Los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones, distritos metropolitanos, provincias y cantones tendrán facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales”.

Las juntas parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias.

Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales.

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

La Constitución de la República del Ecuador ha delimitado claramente las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados para la organización del territorio. De acuerdo al artículo 267 de la Constitución de la República del Ecuador, los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

- Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
- Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.
- Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, emitirán acuerdos y resoluciones.

Poner en marcha aquella disposición implica que el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros tenga como referente un marco legal vigente en el Ecuador que se resume en cuatro documentos principales:

- La Constitución de la República del Ecuador.
- El Plan Nacional para el Buen Vivir.
- Ley Orgánica del Servicio Público.
- El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

Los instrumentos legales antes señalados ofrecen las directrices generales que guían el accionar del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros. Sin embargo, hay que señalar que cada periodo administrativo refleja ante los públicos externos un estilo particular de hacer administración pública.

Contexto

La institución investigada desempeña sus funciones en la parroquia Los Encuentros, territorio que se creó según el registro oficial 388, en la ciudad de Quito el jueves 26 de febrero de 1980, durante la administración del señor abogado don Jaime Roldós Aguilera, Presidente Constitucional de la República del Ecuador. En la fecha antes señalada, se expide la siguiente Ley:

Art. 1º. – “Créase el cantón Yantzaza en la provincia de Zamora Chinchipe. Su cabecera cantonal será Yantzaza y comprenderá las parroquias rurales Los Encuentros, El Pangui y Chicaña”.

A partir de aquella fecha inicia la constitución política de la parroquia Los Encuentros, territorio que se ubica en dirección noroeste, a 20.39 Km. de la cabecera cantonal de Yantzaza y a 67 Km. de la cabecera provincial de Zamora Chinchipe.

En la actualidad, de acuerdo con los datos publicados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Los Encuentros, el número de habitantes asciende a 4010, de los cuales 1.363 habitantes (35%) constituye la población económicamente activa.

La división política y territorial de la parroquia Los Encuentros determina que está conformada por 17 comunidades que a continuación señalamos: La Centza, Jardín del Cóndor, La Merced, Muchime, El Zarza, Nankais, Los Almendros, Achunts, Alonso de Mercadillo, El Pincho, El Padmi, El Pindal, Santa Lucía, San Luis del Vergel, Nunguí, Numbayme y Los Encuentros, esta última es la cabecera parroquial.

El tejido social de la parroquia Los Encuentros está compuesto por tres nacionalidades que son: los indígenas shuar, los indígenas quichuas saraguros y los colonos mestizos.

Los principales ejes de acción en los que ha venido trabajando en la actualidad el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros son: vialidad, turismo, producción, infraestructura física. Para gestionar lo anterior, asigna una cuota del presupuesto a gastos administrativos.

El nombre de la Institución

El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ha tenido un cambio en cuanto a su nombre; en principio era identificado como Junta Parroquial, su máximo representante era el presidente de la comunidad y sus vocales, los cuales ostentaban un cargo exclusivamente de representatividad y cuyos miembros eran elegidos por consenso de los habitantes del sector, y el desempeño en su cargo no era remunerado; tampoco tenían un presupuesto estable

Un segundo momento, lo vive a partir de la reforma que se hizo a la Constitución de la República del Ecuador en el año 2008. Después de esa fecha se llama Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Los Encuentros.

Los Encuentros, es el nombre de todo el territorio parroquial. Recibió aquella denominación porque se fundó en un sitio donde convergen dos de los importantes ríos que tiene la provincia de Zamora Chinchipe; hablamos de los ríos Zamora y Nangaritza.

1.4 Ejes conceptuales de análisis

Se eligieron los ejes conceptuales ORGANIZACIÓN Y CULTURA como guía de análisis.

Los comportamientos formales e informales de la organización hacia dentro y hacia afuera, comunican y hacen posible su existencia. Ellos contribuyen a su cultura y al mismo tiempo son construidos por esa misma cultura en un

interjuego comunicacional incesante. De esta manera, la comunicación atraviesa a la organización como capital estratégico para el sustento de su visión y el logro de su misión y objetivos. Esto implica pensar a la comunicación de manera integral teniendo en cuenta a todos los públicos y promoviendo la sinergia de las tácticas.

No sólo hay que hacer buenas obras en la comunidad de Los Encuentros, sino que se debe construir vínculos con la ciudadanía en general. Hay que ser oportunos y veraces en los mensajes que se difundan para promocionar las actividades de la institución, concientizar a los pobladores y posicionando a la institución en un marco de buen manejo de las relaciones con la comunidad y otras instituciones públicas y privadas con quienes se puede trabajar en cooperación mediante convenios y así mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector.

2. Auditoría

2.1 Estructura Organizacional

El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros cuenta con una estructura organizacional que está compuesta por la **Asamblea General Ciudadana Parroquial** que está integrada por los electores. Ellos son los encargados de actuar como veedores ante el accionar de los miembros del GAD. También son gestores ante las diferentes dignidades para que se atienda las necesidades insatisfechas de sus comunidades.

Luego se encuentra la **Junta Parroquial** que está integrado por el Presidente, Vicepresidente y los tres Vocales principales. Tienen como misión realizar las tareas de planificación, conducción, coordinación, seguimiento, acompañamiento y evaluaciones de las políticas y acciones del gobierno parroquial.

Inmediatamente se visualiza al **Presidente**, quien es el responsable de ejecutar las actividades planificadas y aprobadas por el Consejo Parroquial y generar alianzas estratégicas que le permitan captar recursos extrapresupuestarios.

Entre el personal que labora para la institución se encuentra un **Secretario**, que es el encargado de coordinar y organizar la agenda del Presidente, recibir y contestar la correspondencia y atender al público en general.

La **Contadora** es encargada de las finanzas y de la relación con los proveedores.

El **Técnico de proyectos** tiene a su cargo la elaboración de propuestas técnicas y económicas para la justificación de las inversiones y captación de nuevos recursos económicos

Los **Operadores de maquinaria pesada** están delegados para el manejo del equipo caminero institucional que es utilizado principalmente en temas de mantenimiento vial y cooperación de obras que se ejecutan por administración directa.

El **Técnico para el Infocentro** se dedica al mantenimiento de los equipos de cómputo y atención a los usuarios del infocentro gratuito que está al servicio de los habitantes de la parroquia Los Encuentros.

Las ocho **Promotoras Sociales** son las encargadas de atender a los niños de los Centros Infantiles del Buen Vivir.

Un total de 15 servidores públicos hacen la parte administrativa y 5 dirigentes elegidos por votación popular, es el personal que dispone el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

Capacitación

Todo el personal que labora en la parte administra del GAD Rural de la Parroquia Los Encuentros, trabaja ocho horas días de 08h00 a 17h00 teniendo una hora a medio día para su almuerzo. No existe un cronograma de capacitación diseñado. Sin embargo, el Presidente, los Vocales y empleados administrativos asisten a cursos o seminarios cuando son invitados por otras instituciones.

2.2 Infraestructura

Las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros están ubicadas en la avenida 24 de Mayo cerca del parque y la iglesia que en su conjunto forman la parte céntrica y más importante de la urbe.

El GAD cuenta con un edificio de dos plantas que suman 256 m² de construcción que data del año 1998. La infraestructura antes señalada, está distribuida para el funcionamiento de varias instituciones del sector público.

En su primera planta funcionan las siguientes oficinas: Tenencia Política, Registro Civil, Unidad de Policía Comunitaria y una celda.

En el segundo nivel del edificio, se halla la oficina del Presidente del GAD, otra oficina pequeña donde trabajan el Secretario, el Técnico de Proyectos y la Contadora. Luego se localiza el salón de uso múltiple, un espacio para el Infocentro y las letrinas sanitarias. La sala de espera para los usuarios se ubica en el pasillo que está entre las oficinas antes descritas.

Esta infraestructura dispone de servicios básicos como agua, electricidad e internet; sin embargo, es perceptible la ausencia de un guardián y una persona que realice la limpieza y mantenimiento del sitio.

En las instalaciones del segundo piso, no hay espacio suficiente para los servidores administrativos. En una misma oficina laboran tres personas. Por otra parte, el techo que es de zinc está en mal estado, por ende en época de lluvia se visualizan goteras que deterioran paredes por el ingreso del agua y en temporada de verano, se produce temperaturas altas en las áreas de trabajo porque el clima de la zona es cálido húmedo.

En lo que respecta a la señalética se puede exponer que no cuenta con signos gráficos unificados que denoten la imagen institucional. Falta identificar los lugares de trabajo, el personal y la definición de espacios para la colocación de información interna impresa.

Al momento existe una buena expectativa en los habitantes del sector y los funcionarios del GAD respecto al mejoramiento de la infraestructura, porque se está construyendo un nuevo edificio de cuatro plantas donde funcionarán las diferentes instituciones públicas que ofrecen servicios a la población de la parroquia Los Encuentros.

2.3 Públicos

2.3.1 Públicos Internos

El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros tiene como públicos internos a los siguientes directivos: **Presidente, Vicepresidente y Vocales**. Entre las características relevantes de estos públicos se puede decir que tienen participación en la toma de decisiones y pertenecen a diferentes partidos y movimientos políticos.

Otro de los públicos internos son los **empleados** que abarcan las áreas de contabilidad, secretaría, operadores de maquinaria, técnico de proyectos, técnico de computación y promotoras sociales; ellos tienen posiciones amigables, constituyen micro-medios con un potencial de transmisión de imagen positiva enorme; a través de su trabajo son generadores de reputación corporativa y es un público con diferentes niveles de especialización.

2.3.2 Públicos Externos

Los públicos externos más notables del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros son:

- **Proveedores de bienes y servicios.**- Son quienes mediante su trabajo influyen en la competitividad, se presentan con variedades importantes (calidad, precio, servicio), es un público con diferentes niveles de preparación. En este sector se encuentra la compañía de transporte Edén de la Amazonía, compañía de transporte Los Panchos, ferretería Quezada, ferretería Chamba, ferretería López,

Crediza, Promusa, Comercial Rogel, Artes Motete, La Reforma, Papelería Fernaber.

- **Entidades privadas.-** Aplican altos estándares de cuidado ambiental, seguridad industrial y responsabilidad social corporativa para mantener la licencia legal y social que les permita operar en la zona; además está catalogado como un público especializado. En esta categoría se ubica la compañía minera Kinross.

- **Entidades Públicas.-** Estas instituciones tienen elevado grado de formalización y normativa, relación continua y a diferentes niveles (local, regional, nacional), son agentes financiadores de proyectos y también constituyen un público especializado. A este sector pertenecen la Empresa Pública Ecuador Estratégico, el Instituto para el Ecodesarrollo Regional Amazónico-ECORAE; el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP, el GAD provincial de Zamora Chinchipe, el GAD cantonal de Yantzaza y la Asociación de Juntas Parroquiales de Zamora Chinchipe.

- **Medios de comunicación local.-** Este público influye en el entorno, no tienen retribución directamente vinculada con el receptor de la información, están integrados por periodistas, abogados y comunicadores empíricos, dan a conocer la evolución general de instituciones públicas y empresas privadas. Su visión e interpretación crea opinión pública y es un público especializado. El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros se relaciona principalmente con la Televisión Católica Los Encuentros, radio Romántica, radio Amazonas, radio La Voz de Zamora, radio Integración, diario La Hora, diario Centinela y el periódico online Zamora en Directo.

- **Entidades Financieras.-** Tienen elevado grado de especialización y actúan como inversores y auspiciantes. Las principales entidades

que se relacionan con la institución investigada es el Banco del Estado y el Banco de Fomento.

- **Comunidades.-** Es el cliente más importante en materia comunicativa, tiene nuevas necesidades continuamente, es un público con diferentes niveles de especialización. El GAD tiene identificado los siguientes territorios sobre los cuales ejerce su gobierno: La Centza, Jardín del Cóndor, La Merced, Muchime, El Zarza, Nankais, Los Almendros, Achunts, Alonso de Mercadillo, El Pincho, El Padmi, El Pindal, Santa Lucía, San Luis del Vergel, Nunguí, Numbayme y Los Encuentros.

2.4 Núcleo ideológico

Los directivos del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros tienen diversa ideología política, destacándose representantes de cuatro partidos y movimientos políticos reconocidos a nivel nacional (Movimiento Alianza País, Partido Socialista Ecuatoriano, Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik y el Partido Sociedad Patriótica); de igual manera se identifica un movimiento político de trayectoria provincial (Movimiento Acción y Servicio). Sin embargo, es necesario destacar que el GAD Rural Los Encuentros está siendo administrado con una filosofía política que está alineada con el Gobierno Nacional, dada la connotación principalmente que el Presidente del GAD pertenece al movimiento político Alianza País.

El Gobierno Nacional que también es liderado en la actualidad por el Movimiento Alianza País ha diseñado el Plan Nacional del Buen Vivir, guía que aporta para que las instituciones públicas desde su realidad puedan contribuir con el cumplimiento de los objetivos nacionales.

Misión. Es misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros apoyar la organización de las comunidades que integran sus territorios como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo parroquial.

Visión. Ejecutar acciones que permitan reducir las necesidades insatisfechas de las comunidades que pertenecen a la jurisdicción parroquial de Los Encuentros, y diseñar proyectos sostenibles que generen oportunidades de emprendimiento local.

Valores. Desarrollar una administración sin discriminación y que fomenta la unidad, donde sus resoluciones son moralmente vinculantes y socialmente exigibles para el GAD y la comunidad.

2.5 Diagnóstico

La presente auditoría fue planteada porque en la provincia de Zamora Chinchipe no existen antecedentes de haber aplicado un proceso similar en algún Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial y menos aún en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

Además, la institución seleccionada para aplicar el caso de estudio, hoy asiste a un proceso de cambio acelerado en el ámbito político, administrativo y financiero. Desde el año 2008 el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros inició el ejercicio de su autonomía en los campos antes enunciados.

2.5.1 Principales hallazgos

Área de Posicionamiento

- El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es la institución visitada con mayor frecuencia, así lo expresó el 46,6% de los encuestados; seguido de la iglesia con un 33,5% y del GAD del cantón Yantzaza con un 14,7%.
- Existe un porcentaje mayoritario que desconoce el significado de GAD. El 52,2% de los habitantes de la parroquia Los Encuentros manifiestan: “no lo sé”, “no ha escuchado nunca” o cree que significa “Gobierno Anónimo”.

Ésta confusión o desconocimiento es porque en la mente de los habitantes aún sigue presente la denominación anterior que se le daba; es decir, llamarla Junta Parroquial. A partir de la reforma a la Constitución de la República del Ecuador del año 2008, se instauró en todo el país la nueva designación de competencias y jurisdicciones territoriales que hoy conocemos como Gobiernos Autónomos Descentralizados o GAD. Únicamente el 47,8% está claro en la definición del GAD.

- La población que ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ascienda a un 72,5%. Sin embargo, el porcentaje que aún no ha visitado la institución (27,5%) representa un fragmento importante con quien se puede desarrollar una estrategia comunicacional que permita de manera transversal incrementar el número de visitas, divulgar los atributos de la institución y fortalecer los vínculos con ese grupo de interés.
- La percepción que tienen las personas cuando visitaron las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, manifestaron: el 55% de la población encuestada le dio la peor calificación (1 sobre cinco) a las instalaciones, mientras que el 46,4% le asignó la mejor calificación (5 sobre 5) a la atención al usuario.
- El 47% de la población expresa que los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros gira en torno al mantenimiento vial y apoyo productivo. El 41,4% identifica que la institución auditada planifica, construye y mantiene la infraestructura física. Los porcentajes menores le corresponden al parámetro administración del sistema de agua potable en un 9,2% y el 2,4% considera que se dedica al control legislativo.
- Otros de los hallazgos importantes en las entrevistas especializadas, fue la relación que tiene el presidente del GAD Rural de la parroquia

Los Encuentros con el Gobierno Central a través de sus principales Instituciones (ECORAE, Ecuador Estratégico, MAGAP), donde ha permitido gestionar proyectos emblemáticos (Unidad del Milenio, Nuevo Edificio para el GAD, Ciudad del Milenio) para la parroquia; además de importantes convenios de cooperación y vialidad con la empresa minera Kinross, quienes han sido su segundo apoyo importante para la construcción de obras, mantenimiento vial, educación entre otros; generando de esta manera el posicionamiento de la Institución en sus diferentes públicos.

Área de Identidad e Imagen

- La opinión pública manifiesta que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es identificado por un 57% como un lugar agradable. El 36,3% expresa que se siente satisfecho con el lugar. Las cuotas menores le corresponden a los parámetros “mala atención” y “no volvería nunca” con el 5,2% y 1,6% respectivamente.
- Con respecto a la imagen visual que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, los encuestados expresaron en un 52,8% que es la figura de la iglesia. El 23,4% cree que es el escudo de la parroquia; por otra parte, el 12,7% considera que es la bandera de la parroquia, y el 11,1% la bandera del Ecuador.
- El buen servicio es la característica relevante que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, así lo piensa el 30% de la población encuestada. El 25,6% observa que es el respeto al medio ambiente. Con un porcentaje similar el 25,2% cree que aquella institución constituye una necesidad para la población; y, finalmente, el 19,2% considera que es el presidente.
- El 74,4% de los encuestados manifestó que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es apoyar la organización de las

comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo. El 11,2% piensa que es ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental. El 10% enunció que la misión del gobierno local es proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuna, intercultural y accesible, mientras que el 4,4% dijo que formula, establece, fomenta y evalúa políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia.

- El 58,2% manifestó que los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros son el amarillo, blanco, verde y rojo. El 19,1% expresó que ninguno. El 15,9% se inclinó por el amarillo, azul y rojo y el 6,8% por los colores amarillo, blanco, verde, rojo y azul.
- Las buenas relaciones con ciertos públicos externos relevantes (Ecuador Estratégico y Kinross), han sido claves para ejecutar obras que han mejorado la calidad de vida de los habitantes y han impactado de manera positiva en la imagen del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.
- El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cumplimiento a su misión (apoyar la organización de las comunidades), ha realizado un trabajo destacado porque aplica procesos democráticos como el presupuesto participativo y reuniones informativas frecuentes en las comunidades que integran su territorio, de esta manera ha logrado que las personas de manera paulatina se vayan involucrando con el proceso de desarrollo parroquial.
- En lo que respecta a la visión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, ha logrado ejecutar importantes acciones que cubren necesidades insatisfechas de la población y que deben ser atendidas

por el Estado; sin embargo, falta potenciar proyectos que generen oportunidades de emprendimiento local.

- La notoriedad del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, se ha conseguido gracias a la gestión y aceptación que tiene el presidente del GAD; es decir, no es el resultado de una estrategia de comunicación planificada.

Área de Comunicación

- El 39,8% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros a través de la televisión local, el 29,9% en la radio, el 13,6% en reuniones comunitarias, el 7% por medio de Facebook, el 4,6% por rumores, el 3,2% en el periódico; y, finalmente, el 1,9% de la población lo hace en la página Web del GAD parroquial.
- Con respecto al medio de comunicación preferido por los encuestados tiene mayor aceptación Televisión Católica Los Encuentros con el 29,7%. Le sigue con el 26,9% Radio Romántica. El 20,1% es para Radio Amazonas. En porcentajes iguales del 7,2% se encuentra la Internet y Radio La Voz de Zamora. Por su parte, Radio Integración goza del 6,5% de aceptación en la zona. Diario La Hora tiene el 1,4% de preferencia y el 0,5% lo comparten Radio Podocarpus y Diario Centinela. El periódico virtual Zamora en Directo no tiene acogida entre la población que habita en la parroquia Los Encuentros.
- El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, no cuenta con un profesional en Comunicación, que se encargue de gestionar la imagen corporativa y las relaciones públicas.
- No cuenta con un manual de identidad y un plan de comunicación.

- Las herramientas de comunicación como la página web y redes sociales, no son manejadas con enfoque profesional. De igual manera otro hallazgo a resaltar es que no disponen del servicio de intranet.
- El poco material impreso de carácter informativo con el que cuenta la institución (revista institucional, trípticos, afiches, etc) no conserva un diseño y estilo de redacción apropiado. Tampoco se evidencia el uso de un lenguaje con el que se identifiquen los grupos indígenas (Shuar y Quichuas Saraguros).

2.5.2 Contexto institucional

Existen tres circunstancias fundamentales que diferencian a Los Encuentros del resto de parroquias que tiene la provincia de Zamora Chinchipe:

- En su territorio se encuentra una de las reservas de oro más importantes del mundo, hecho que fue divulgado en el año 2006 y fecha desde la cual absorbió la atención de instituciones públicas y privadas que están realizando inversiones importantes en ese territorio y buscan construir vínculos con líderes e instituciones locales que existen en este sector que promete aportar significativamente para el desarrollo económico de todo el Ecuador durante los próximos treinta años.
- La población que vive en el sector está integrada por una cultura autóctona (indígenas shuar) y dos culturas provenientes de otras provincias del Ecuador (indígenas quichuas saraguros y los mestizos); la convivencia de estos tres conjuntos de la población ha marcado cambios fundamentales en el quehacer diario de las comunidades e instituciones de la zona investigada.

- Desde el punto de vista comunicacional, es reconocida por tener el primero y único canal de televisión en señal abierta de la provincia de Zamora Chinchipe.

Los contextos antes expresados intervienen en la situación actual de la imagen del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Por eso, resulta inevitable que el máximo organismo local esté preparado para mejorar su institucionalidad y posicionamiento ante la provincia y el país en general.

La institución investigada no ha tenido en ningún tiempo una planificación estratégica de imagen y comunicación que le permita ejecutar acciones, evaluarlas y fortalecerlas o a su vez replantearlas de ser el caso.

En la actualidad y de acuerdo a la investigación realizada, la imagen que proyecta el GAD parroquial ante sus principales “stakeholders” gira en torno al accionar del líder de turno que dirige la institución; es decir, no tiene identificados los puntos fuertes, los puntos débiles, las amenazas y las oportunidades como entidad local en relación con su imagen y comunicación.

La notoriedad alcanzada en los medios locales de comunicación ha sido producto de la interrelación que ha mantenido el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con empresas privadas como Kinross, quienes sí gestionan de manera estratégica procesos de relacionamiento, comunicación, imagen y reputación. La influencia que ha recibido del sector privado le ha permitido aprender y entender que el trabajo comunicacional es igual de importante que el hacer obras en las comunidades ya que la comunicación gestiona significados que enriquecen el producto.

En definitiva, el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en la medida de lo posible, sí aprovechó a los “stakeholders” que en su momento le ofrecieron su apoyo para desarrollar aspiraciones y proyectos que están cargados de símbolos y valores comunicacionales.

Actualmente, es necesario que el GAD parroquial cuente con un equipo consultor o personal de planta que gestione aspectos fundamentales de comunicación e imagen: la cultura de la institución, elementos visuales, conceptuales, culturales, actitudinales, éticos, estéticos, comportamentales, uso adecuado de herramientas comunicacionales, relaciones con medios masivos de comunicación y “stakeholders”, etc. que están creando efectos en la imagen que tienen sus diferentes públicos.

2.5.3 Análisis FODA

Fortalezas

- El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es la institución pública más importante a nivel local.
- Posee autonomía política, administrativa y financiera.
- Mantiene el apoyo político y económico del Estado por ser declarada zona estratégica de desarrollo nacional.
- Recibe el apoyo económico y de fortalecimiento institucional de la empresa privada que opera en el proyecto minero estratégico.
- El buen servicio es una de las características con que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros según lo expresan sus habitantes.

Debilidades

- Ausencia de personal ejecutivo y operativo para gestionar la comunicación e imagen de la institución (relaciones públicas, procuraduría, etc.).
- Existe indiferencia por parte de los vocales del GAD.
- De acuerdo a lo previsto en el Presupuesto General del Estado dispone de una baja cuota presupuestaria.
- Falta de acuerdos interinstitucionales con el GAD cantonal y provincial.
- Las instalaciones son obsoletas y no posee una identificación visual sólida que le permita posicionar su marca.

Oportunidades

- Incrementar la notoriedad ante los medios de comunicación local y ciudadanía en general.
- Lograr una mayor participación y mejor relación entre los vocales (nivel legislativo) del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y los líderes comunitarios.
- Ampliar las alianzas estratégicas para la cooperación interinstitucional con el Gobierno nacional.
- Mejorar las relaciones interinstitucionales con el GAD cantonal y provincial.
- Gestionar ante Ecuador Estratégico (EP) la culminación de los trabajos de construcción y equipamiento del nuevo edificio en el menor tiempo posible.

Amenazas

- Desencanto de los medios de comunicación y baja participación comunitaria.
- Desconocimiento de los servicios y competencias del GAD.
- Incertidumbre por la distribución de regalías y otros impuestos mineros para las zonas de influencia directa de proyectos estratégicos.
- Susceptible a impactos mediáticos negativos provenientes de mensajes erróneos emitidos por instituciones públicas cooperantes.
- Insatisfacción de los indígenas shuar y saraguros por la no inserción de personal técnico al GAD que pertenece a su grupo étnico.

2.6.Conclusiones

- La investigación se realizó durante un periodo de seis meses, el cual permitió recoger la información suficiente para lograr un diagnóstico real.
- Sugieren implementar un equipo humano de comunicación para que se encargue de instaurar procesos que aporten a moldear su identidad,

posicionar su imagen y elaborar estrategias comunicacionales para difundir la labor de la institución.

- El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es una institución pública nueva que goza desde el año 2008 de autonomía política, administrativa y financiera; este aspecto le ha impedido contar con una estructura funcional consolidada para alcanzar un adecuado desempeño comunicacional e imagen externa.
- La Auditoría de Comunicación e Imagen aplicada al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, es el primer trabajo de investigación que se ha realizado para aquella institución. Ha permitido diagnosticar el escaso uso de herramientas y los aspectos que están impactando negativamente en la imagen de la entidad.
- El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros no cuenta con una estrategia de comunicación e imagen corporativa definida y arraigada en el público interno que le permita construir vínculos sólidos a nivel externo con todos sus públicos estratégicos.
- Para la realización de la investigación se utilizó el método cuantitativo y cualitativo; de igual manera se emplearon las técnicas de observación dentro de las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, encuestas en las 17 comunidades que pertenecen a la jurisdicción parroquial y entrevistas especializadas con periodistas, líderes de instituciones públicas y empresas privadas.
- Para obtener un diagnóstico del funcionamiento de la comunicación y percepción de la imagen, la auditoría fue enmarcada en tres parámetros fundamentales: posicionamiento, identidad e imagen y comunicación.
- Al finalizar el proceso de auditoría y analizar las técnicas de investigación aplicadas, se detectó que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros tiene deficiencias de comunicación e imagen como el poco uso de herramientas de comunicación externa, desconocimiento mayoritario en los habitantes de la parroquia Los Encuentros (52,20%) sobre el significado del GAD, percepción negativa de las instalaciones del GAD,

ausencia de marca institucional; aspectos que se revierten en una frágil imagen institucional.

5.4. Recomendaciones

- Con la finalidad de integrar, difundir y consolidar mensajes para que lleguen correctamente a los públicos, es necesario elaborar y ejecutar un Plan de Comunicación.
- Se recomienda contar con talento humano profesional y suficiente para la ejecución y monitoreo del Plan de Comunicación.
- Se requiere potenciar el uso de las herramientas actuales de comunicación externa como la revista institucional Rendición de Cuentas, página Web y las redes sociales; de igual manera, se recomienda implementar el uso de nuevas tecnologías de comunicación para el público interno como intranet, correo electrónico institucional y a la vez motivar su correcta utilización.
- Para potenciar la capacidad de liderazgo de la línea jerárquica del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, se requiere de una comunicación efectiva; para ello, se recomienda designar voceros institucionales e iniciar un plan de Media Training, con el objetivo de ayudar a los directivos de la institución a comunicarse mejor y a conocer los medios masivos.
- Es importante que todo el personal que trabaja en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros tenga clara la identidad de la institución (misión, visión, valores, objetivos de la institución), para arraigar el sentido de pertenencia; aquello se proyecta a los públicos externos durante el desempeño de funciones y cumplimiento de resultados que en definitiva terminan impactando en la imagen institucional.
- Se recomienda incrementar el uso de una serie de herramientas de comunicación como carteleras, perifoneo y reuniones comunitarias, contacto personalizado con los líderes de cada comunidad, actualización de la cuenta de Facebook institucional y su página Web, al igual que se sugiere pautar en los medios masivos de comunicación como la televisión

y radio local con el objetivo de mantener informados a los públicos externos sobre los hechos que se produzcan en la institución.

–Se recomienda, cada cinco años, aplicar una Auditoría de Comunicación e Imagen al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, con la finalidad de evaluar y comparar los cambios que se recomienda implementar en el presente trabajo.

5.5 Plan de Comunicación del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros

Dirigir una institución pública, no es una tarea fácil y menos en un medio ambiente tan cambiante como el actual y que muchas de las veces complica la toma de decisiones de los líderes si es que no se aplica procesos de gestión y emplea adecuadas herramientas. Los directivos tienen la función de dirigir recursos para proporcionar resultados a las instituciones y sus electores; las decisiones sobre asignación de personal deben ser tan rigurosas como las de capital, y para ello hay que medir y analizar detalladamente sus resultados. Todo esto es apoyado por el DirCom que es quien gestiona el liderazgo del máximo ejecutivo.

A través del plan de comunicación que a continuación se propone, busca demostrar que la motivación y la comunicación generan las atmósferas o los climas de trabajo diferentes y contribuyen para que las transformaciones culturales, de identidad e imagen sean efectivas. La práctica de un liderazgo democrático promueve y anima a la participación; de ahí que resulta esencial facilitar información necesaria para que se participe en la toma de decisiones, intenta que las decisiones se tomen por consenso y no por imposición. Los climas positivos generan la satisfacción laboral y el logro de los objetivos generales, mientras que los climas organizacionales negativos destruyen el ambiente de trabajo, dando lugar a los conflictos y al bajo rendimiento.

El éxito del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, dependerá de la eficacia de los directivos en el arte de liderar personas y gestionar procesos que permitan potenciar una cultura de alto desempeño. El liderazgo de los directivos necesita de una comunicación institucional asertiva que facilite los

procesos de gestión y que permita establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, provocando notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades. El crecimiento y la sostenibilidad organizacional se basan en la gente, en los empleados y alineando el SER con el ACTUAR y el DECIR.

A continuación planteamos el siguiente Plan de comunicación para el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

ESTRATEGIAS	N°	ACCIONES	Público al que va dirigida la estrategia	Periodicidad	Presupuesto	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Indicador
la política de comunicación y la imagen del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.								
Crear el área de comunicación en el GAD	1.1	Convocar a concurso público de méritos y oposición para ingresar al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros como Comunicador Social.	Externo	Mensual	200,00	ene-14	ene-14	Invitación pública en la p
	1.2	Contratar los servicios profesionales de un Comunicador Social que se encargue de gestionar la comunicación interna y externa del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.	Interno	Anual	12000,00	ene-14	dic-14	No. de in
	1.3	Equipar la oficina de Comunicación Social	Interno	Eventual	3000,00	ene-14	mar-14	Compro
Gestionar la Identidad Corporativa.	2.1	Crear y difundir el uso adecuado del Manual de Identidad Corporativa (aprobado por el Consejo Parroquial). Debe incluir: reseña histórica de la institución, la filosofía del GAD y determinar los signos gráficos que serán utilizados para unificar la imagen institucional.	Interno	Única	2500,00	feb-14	may-14	Manu
	2.2	Crear un Consejo de Imagen encargado de la evaluación de resultados de la política de imagen y comunicación (Entre sus integrantes se visualiza al DirCom).	Interno	Única	0,00	feb-14	feb-14	Regist
	2.3	Levantamiento de necesidades de señalética en los exteriores del área de influencia directa del GAD.	Mixto	Única	0,00	may-14	jun-14	Informe
Gestionar el adecuado uso de Internet e Intranet.	2.4	1. Identificar los lugares de trabajo del GAD con señales de tipo institucional. 2. Identificación personal (nombres, cargos, proyecto, etc.) 3. Colocar acrílicos para información interna impresa en A3.	Interno	Única	1000,00	jun-14	jul-14	Informe
	2.5	Realizar la producción de un video institucional que permita ser utilizado para instruir al personal en procesos de inducción, seguridad, salud, ambiente) y alcanzar la excelencia operativa.	Interno	Única	2500,00	ago-14	oct-14	Prod
	2.6	Documentar en video los proyectos emblemáticos de intervención que ejecuta el GAD.	Mixto	Eventual	1000,00	ene-14	dic-14	Prod
Gestionar el adecuado uso de Internet e Intranet.	2.7	Capacitar al personal que integra el área de comunicación para actualizar, mejorar u obtener capacidades acorde al efectivo desarrollo del presente Plan.	Interno	Eventual	0,00	ene-14	mar-14	Regist
	3.1	Rediseñar la página Web de la institución. Debe incluir un formato de fácil manejo para el usuario.	Mixto	Única	1000,00	abr-14	may-14	Compro
	3.2	Crear una red informática intranet.	Interno	Única	500,00	may-14	jun-14	Comprob
Preparar a los portavoces de la institución (Media Training).	3.3	Actualizar información publicada en Internet (incluir redes sociales).	Mixto	Semanal	200,00	jun-14	jul-14	Regist
	3.4	Seminario de actualización de conocimientos sobre manejo adecuado de nuevas herramientas tecnológicas para llevar registros, conocimiento de sitios Web de interés para nuestra actividad, manejar bases de datos. La capacitación está dirigida a los técnicos, Presidente y Vocales del GAD.	Interno	Anual	250,00	jun-14	jun-14	Regist
Optimizar a los medios masivos de comunicación (audio, video e impresos), para difundir mensajes educativos y empresariales dirigidos a la Opinión Pública.	4.1	Capacitar al Presidente y Vocales del GAD en habilidades de expresión, manejo de cámara, entre otros. (Media Training), porque son los que están en contacto directo con los públicos externos.	Interno	Anual	1500,00	mar-12	mar-12	Regist
	5.1	Elaborar spots y cuñas referentes al accionar del GAD como una estrategia para posicionarse como una empresa que genera valor al realizar acciones responsables en el área de su influencia. (Ejemplos: procesos participativos de distribución presupuestaria, ejecución de obras y aplicación de normas ambientales de calidad).	Externo	Anual	1500,00	abr-14	may-14	Comprob
	5.2	Difundir spots y cuñas referentes al accionar del GAD como una estrategia para posicionarse como una empresa que genera valor al realizar acciones responsables en el área de su influencia.	Externo	Permanente	4000,00	jun-14	dic-14	No. de s
Optimizar a los medios masivos de comunicación (audio, video e impresos), para difundir mensajes educativos y empresariales dirigidos a la Opinión Pública.	5.3	Participar en calidad de auspiciante en eventos deportivos a nivel parroquial y que son transmitidos por los medios de comunicación.	Externo	Eventual	1000,00	abr-14	dic-14	No. de e
	5.4	Producción y difusión de un jingle de 30 segundos con contenidos de consejos para el cuidado ambiental y la participación ciudadana.	Externo	Anual	600,00	abr-14	sep-14	No. de
	5.5	Producción y difusión de un jingle de 30 segundos con el objetivo de incentivar el buen uso de la infraestructura pública del área de influencia del GAD.	Externo	Anual	600,00	jul-14	dic-14	No. de
Optimizar a los medios masivos de comunicación (audio, video e impresos), para difundir mensajes educativos y empresariales dirigidos a la Opinión Pública.	5.6	Publicaciones especiales en radio, televisión y prensa escrita durante fechas conmemorativas como: Día Mundial del Ambiente, fiestas patrias, fiestas de provincialización, cantonización o de la parroquia.	Externo	Eventual	1000,00	ene-14	dic-14	No.
	5.7	Elaboración de Boletines de Prensa para envío de información a Medios de Comunicación local y nacional para dar a conocer éxitos organizacionales.	Mixto	Permanente	0,00	ene-14	dic-14	No. de b
	5.8	Emplear las carteleras informativas comunitarias para dar a conocer los planes, programas o proyectos que el GAD está realizando o piensa realizar en beneficio del sector y de los usuarios, además del portafolio de servicios que ofrece la institución.	Externo	Permanente	0,00	ene-14	dic-14	Regist
Optimizar a los medios masivos de comunicación (audio, video e impresos), para difundir mensajes educativos y empresariales dirigidos a la Opinión Pública.	5.9	Emplear el perifoneo como herramienta de comunicación para convocar a reuniones o promocionar eventos patrocinados por el GAD.	Externo	Eventual	150,00	ene-14	dic-14	Regist

Mejorar el desempeño en el GAD	7.1	Presentar informes mensuales al Consejo Parroquial, respecto a las acciones realizadas en todas las áreas del GAD.	Interno	Mensual	0,00	ene-14	dic-14	No. de prese
	7.2	Aplicar un estudio para evaluar el desempeño personal dentro de la institución (contar con el servicio de consultorías para dirigir las investigaciones)	Interno	Anual	2000,00	mar-14	abr-14	Inform evalua deser
	7.3	Institucionalizar el planteamiento de objetivos personales para los servidores de nómina del GAD. Aquellos objetivos, deben contribuir a la política general de la organización.	Interno	Anual	0,00	ene-14	mar-14	Obj present los ser
formar respecto a las leyes, reglamentos que norman al sector público, así como también el cumplimiento de acciones y objetivos organizacionales de interés del personal interno y demás necesarios.	8.1	Levantamiento de información sobre los contenidos prioritarios que requiere conocer o profundizar el personal interno respecto a la administración pública (se requiere apoyo de las Jefaturas de cada área). Tomar en cuenta el desarrollo positivo de la Planificación Anual.	Interno	Semestral	0,00	ene-14	dic-14	Reg fotogr solic
	8.2	Elaboración y envío de boletines internos que comuniquen el qué, cómo, cuándo, dónde y por qué de las acciones y decisiones tomadas a nivel interno.	Interno	Eventual	0,00	ene-14	dic-14	No. de publi
	8.3	Generar notas (vía mail) por fechas especiales, en temas de liderazgo, gestión pública, etc.	Interno	Eventual	0,00	ene-14	dic-14	No. de enviadi públicos
Desarrollar campañas comunicacionales con la finalidad de que la Filosofía Organizacional (Misión, Visión, Valores, objetivos y Estrategias); sea compartidas y entendidas por todos los públicos.	9.1	Elaborar la Revista Institucional que incluya contenidos de logros alcanzados y proyectos auspiciados por el GAD como parte de la gestión pública que realiza en el área de influencia. (entrega física).	Mixto	Anual	3000,00	jul-14	jul-14	Revista
	9.2	Diseñar material informativo (trípticos) que detalle claramente la misión, visión, valores corporativos vividos en el GAD. (entrega física a todo el personal de la institución como también a líderes de opinión y medios de comunicción).	Mixto	Única	800,00	ene-14	dic-14	Trípico e
	9.3	Diseñar y ejecutar una agenda de visita a medios de comunicación local para promocionar el accionar y la Filosofía del GAD.	Externo	Eventual	0,00	ene-14	dic-14	Registro a m
	9.4	Sostener encuentros entre los servidores, Presidente y Vocales del GAD para compartir logros emblemáticos de la institución.	Interno	Mensual	0,00	ene-14	dic-14	Regis reun
Mejorar el sentido de pertenencia en el público interno del GAD respecto a la institución y sus planes.	10.1	Crear una Comisión de organización de actividades internas para que genere un plan anual y ejecute eventos varios que indiquen: motivo, presupuesto, requisitos, etc para desarrollar actividades de responsabilidad social en la comunidad, cumpleaños, fiestas religiosas, actividades deportivas y culturales que estén acorde con las costumbres y cultura de los servidores del GAD.	Interno	Única	0,00	feb-14	feb-14	Regis reunión fotog
	10.2	Reuniones entre Jefes departamentales y el Presidente del GAD para dar a conocer los avances en materia del cumplimiento de las actividades y planificaciones establecidas.	Interno	Diaria	0,00	ene-14	dic-14	Regis reunión fotog
Benchmarking para mejorar procesos administrativos de todas la áreas del GAD.	11.1	Realizar al menos una visita a instituciones públicas y/o privadas para verificar procesos de gestión y administración emblemáticos que puedan ser aplicados en el GAD.	Interno	Semestral	1200,00	ene-14	dic-14	No solic accept inform vis

Presupuesto del Presidente del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

Obtener mejores resultados en las relaciones de cooperación interinstitucional en las que participe el GAD.	13.1	Participación del Presidente y Vocales del GAD en seminarios o cursos sobre técnicas de negociación y construcción de vínculos con líderes estratégicos.	Interno	Eventual	500,00	ene-14	dic-14	Reg. fotogr. invit.
	13.2	Elaborar y mantener actualizada una matriz de seguimiento de convenios y proyectos que ejecuta el GAD o en los que participa en calidad de ejecutor o cooperante.	Interno	Permanente	0,00	ene-14	dic-14	Docu. elab.
Tomar decisiones planificadas y vincular aliados estratégicos que fortalezcan la gestión del Presidente del GAD	14.1	Diseñar un plan de convenios, acuerdos y proyectos que puede proponer el GAD a entidades públicas y privadas para alcanzar la cooperación interinstitucional.	Interno	Permanente	0,00	ene-14	dic-14	Docu. elab.
	14.2	Cumplir el Plan de Comunicación del GAD teniendo en cuenta que el Departamento de Comunicaciones reporta única y directamente al Presidente.	Interno	Permanente	0,00	ene-14	dic-14	Repor. RF
	14.3	Tomar periódicamente y de manera oportuna acciones de mejora o correctivas respecto al Plan de Comunicación vigente.	Interno	Eventual	0,00	ene-14	dic-14	Regis. reunión fotogr.
asesoramiento permanente al Presidente respecto a políticas, gestión organizacional, relaciones públicas y comunicación.	15.1	Participar de seminarios nacionales e internacionales sobre Gestión y Administración pública.	Interno	Eventual	1000,00	ene-14	dic-14	Reg. fotogr. invit.
	15.2	Monitorear la percepción de los stakeholders (empleados y líderes de opinión) respecto al accionar del Presidente para medir la aceptación del Directivo y formular medidas correctivas si es que hiciera falta.	Externo	Anual	1200,00	oct-14	nov-14	Inform.
	15.3	Canalizar las entrevistas solicitadas por periodistas y asistir a conferencias requeridas por los medios de comunicación local y nacional.	Externo	Permanente	200,00	ene-14	dic-14	No. de e. publi.
	15.4	Organizar lobbyng con el fin de abordar problemas comunitarios y soluciones en los que se pueda involucrar a distintas instituciones.	Externo	Eventual	1000,00	ene-14	dic-14	No. de n. ejecu.
	15.5	Apoyar al Presidente con la redacción de discursos y presentaciones.	Interno	Permanente	0,00	ene-14	dic-14	Disc. difun.
Velar por el cumplimiento de la normativa legal que rige el accionar del GAD, especialmente la Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional del Buen Vivir, Ley Orgánica del Servicio Público, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.	16.1	Organizar y desarrollar el evento: INFORME DE LABORES ANUAL, como parte del proceso de rendición de cuentas que debe realizar el Presidente y Vocales del GAD.	Externo	Anual	1500,00	ago-14	ago-14	Inform. reg. fotogr.
	16.2	Distribuir la revista Institucional que incluya contenidos de logros alcanzados y proyectos auspiciados por el GAD como parte de la gestión pública que realiza en el área de influencia. (entrega física).	Externo	Anual	0,00	ago-14	dic-14	Regis. rev. entre.
	16.3	Sostener reuniones entre el Presidente y los Vocales del GAD para difundir los avances en materia del cumplimiento de las normas vigentes.	Interno	Trimestral	0,00	ene-14	dic-14	Regis. reun.
	16.4	Apoyar oportunamente al Presidente del GAD con información innovadora que sirva para una adecuada toma de decisiones.	Interno	Permanente	0,00	ene-14	dic-14	Archi. docu. entre.

INVERSIÓN TOTAL 48500,00

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es una institución pública nueva que goza desde el año 2008 de autonomía política, administrativa y financiera; este aspecto le ha impedido contar con una estructura funcional consolidada para alcanzar un adecuado desempeño comunicacional e imagen externa.

La Auditoría de Comunicación e Imagen aplicada al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, es el primer trabajo de investigación que se ha realizado para aquella institución. Ha permitido diagnosticar el escaso uso de herramientas y los aspectos que están impactando negativamente en la imagen de la entidad.

El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros no cuenta con una estrategia de comunicación e imagen corporativa definida y arraigada en el público interno que le permita construir vínculos sólidos a nivel externo con todos sus públicos estratégicos.

Para la realización de la investigación se utilizó el método cuantitativo y cualitativo; de igual manera se emplearon las técnicas de observación dentro de las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, encuestas en las 17 comunidades que pertenecen a la jurisdicción parroquial y entrevistas especializadas con periodistas, líderes de instituciones públicas y empresas privadas.

Para obtener un diagnóstico del funcionamiento de la comunicación y percepción de la imagen, la auditoría fue enmarcada en tres parámetros fundamentales: posicionamiento, identidad e imagen y comunicación.

Al finalizar el proceso de auditoría y analizar las técnicas de investigación aplicadas, se detectó que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentro tiene deficiencias de comunicación e imagen como el poco uso de herramientas de comunicación externa, desconocimiento mayoritario en los habitantes de la

parroquia Los Encuentros (52,20%) sobre el significado del GAD, percepción negativa de las instalaciones del GAD, ausencia de marca institucional; aspectos que se revierten en una frágil imagen institucional.

6.2. Recomendaciones

Con la finalidad de integrar, difundir y consolidar mensajes para que lleguen correctamente a los públicos, es necesario elaborar y ejecutar un Plan de Comunicación.

Se recomienda contar con talento humano profesional y suficiente para la ejecución y monitoreo del Plan de Comunicación.

Se requiere potenciar el uso de las herramientas actuales de comunicación externa como la revista institucional Rendición de Cuentas, página Web y las redes sociales; de igual manera, se recomienda implementar el uso de nuevas tecnologías de comunicación para el público interno como intranet, correo electrónico institucional y a la vez motivar su correcta utilización.

Para potenciar la capacidad de liderazgo de la línea jerárquica del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, se requiere de una comunicación efectiva; para ello, se recomienda designar voceros institucionales e iniciar un plan de Media Training, con el objetivo de ayudar a los directivos de la institución a comunicarse mejor y a conocer los medios masivos.

Es importante que todo el personal que trabaja en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros tenga clara la identidad de la institución (misión, visión, valores, objetivos de la institución), para arraigar el sentido de pertenencia; aquello se proyecta a los públicos externos durante el desempeño de funciones y cumplimiento de resultados que en definitiva terminan impactando en la imagen institucional.

Se recomienda incrementar el uso de una serie de herramientas de comunicación como carteleras, perifoneo y reuniones comunitarias, contacto personalizado con los líderes de cada comunidad, actualización de la cuenta de

Facebook institucional y su página Web, al igual que se sugiere pautar en los medios masivos de comunicación como la televisión y radio local con el objetivo de mantener informados a los públicos externos sobre los hechos que se produzcan en la institución.

Se recomienda, cada cinco años, aplicar una Auditoría de Comunicación e Imagen al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, con la finalidad de evaluar y comparar los cambios que se recomienda implementar en el presente trabajo.

REFERENCIAS

- Amado, A. (2008). Auditoría de comunicación. (1ª. ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Bosovsky, G. (2011). Investigación estratégica y auditoría de imagen global. Quito, Ecuador: Universidad de las Américas.
- Buenaventura, M. (2011). Comunicación Institucional y Liderazgo. Quito, Ecuador: Universidad de las Américas.
- Constitución de la República del Ecuador, (2008). Montecristi, Ecuador: Asamblea Constituyente.
- Costa, J. (2010). El DirCom hoy. (2ª. ed.). Barcelona, España: Gráfica Granollers Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2011). Resumen Ejecutivo. Yantzaza, Zamora Chinchipe: GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.
- Enríque, F. (2007). Auditoría Administrativa: Gestión Estratégica del Ámbito. (1ª. ed.). México: Pearson Educación.
- Fuente, S. (2012). La comunicación de Marketing de producto/servicio. Quito, Ecuador: Universidad de las Américas.
- Guía Referencial para el ejercicio de la Rendición de Cuentas, (2011). Quito, Ecuador: Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.
- Guisasola, M. (2003). De la imagen a la experiencia. Recuperado el 11 de noviembre de 2013 de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n32/mguisasola.html>
- Jiménez, A. y Ardura, I. (2007). Comunicación e imagen corporativa. (1ª. ed.). España: Editorial UOC
- López, L. (2001). Introducción a los medios de comunicación. D.C., Colombia: Universidad Santo Tomás.

- Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, (2004). Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador: Congreso Nacional de la República del Ecuador.
- Pickett, K. (2000). Manual básico de auditoría interna: de la teoría a la práctica profesional. (1ª. ed.). España: Ediciones Gestión.
- Pedrotti, G. y Rossi, F. (2001). Auditoría. Recuperado el 05 de diciembre de 2013 de <http://rrppnet.com.ar/auditoria.htm>
- Ritter, M. (2012). El valor del capital reputacional. Quito, Ecuador: Universidad de las Américas.
- Reinares, P. y Calvo, S. (1999). Gestión de la comunicación comercial. (1ª. ed.). Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Sanz, L. (1996). Auditoría de la imagen de empresa. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A.
- Saló, N. (2005). Aprender a comunicarse en las organizaciones. España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Villafañe, J. (2006). Las seis claves de la reputación interna. España: Pearson Prentice Hall.

ANEXOS

ANEXO 1:

¿Qué son los Gobiernos Autónomos Descentralizados?

Según la última Constitución de la República del Ecuador vigente desde el 20 de octubre de 2008, en su Título V que trata de la “ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO”, Capítulo Primero expresa:

Art. 238.- “Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, se regirán por los principios de solidaridad, subsidiaridad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales”.

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

Art. 240.- “Los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones, distritos metropolitanos, provincias y cantones tendrán facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales”.

Las juntas parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias.

Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales.

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

En conclusión, los GAD están organizados de la siguiente manera en el territorio nacional:

- GAD Regionales
- GAD Provinciales
- GAD Cantonales
- GAD Parroquiales

La Constitución de la República del Ecuador ha delimitado claramente las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados para la organización del territorio. Poner en marcha aquella disposición implica tener también como referente el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD) y el Plan Nacional del Buen Vivir, herramientas que guían el accionar de las autoridades electas por votación popular en el ejercicio de la administración pública.

ANEXO 2:

LA FICHA DE OBSERVACIÓN



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

<p>Código: Observación directa Lugar: Edificio del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros Sector: Parroquia Los Encuentros Fecha: Objetivo: Registrar los datos relevantes respecto a las herramientas empleadas por el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.</p>	<p>No.</p>
<p>Contenido:</p> <p>A. <u>HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA EMPLEADAS POR EL GAD RURAL DE LOS ENCUENTROS:</u></p> <p>– ¿De qué manera el GAD Rural de Los Encuentros se comunica con sus usuarios?</p> <ul style="list-style-type: none">• Revistas institucionales• Trípticos• Comunicación comunitaria:<ul style="list-style-type: none">○ perifoneo○ mesas informativas○ reuniones en comunidad○ carteleras informativas• Pautas publicitarias• Página Web• Redes Sociales• Correspondencia• Correo electrónico• Teléfono• Identificación de obras• Entrevistas en medios de comunicación local <p>Investigadoras: I.E.J / A.S.C</p>	

<p>Código: Informante Lugar: Edificio del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros Sector: Parroquia Los Encuentros Fecha: Objetivo: Registrar los datos relevantes respecto al comportamiento de los usuarios del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.</p>	<p>No.</p>
<p><u>B. COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS DEL GAD RURAL DE LOS ENCUENTROS:</u></p> <p>– ¿Qué tan amigable comunicacionalmente es la institución para con los usuarios?</p> <p><u>ATENCIÓN AL PÚBLICO:</u></p> <p>No. de usuario satisfechos/No. total de visitantes No. de usuario insatisfechos/No. total de visitantes</p> <p><u>INFRAESTRUCTURA:</u></p> <p>¿Qué es lo que primero observa el usuario cuando ingresa al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?</p> <ul style="list-style-type: none"> • La señalética interna • La sala de espera • Los accesos • La comodidad de la infraestructura <p>Investigadoras: I.E.J. / A.S.C.</p>	

ANEXO 2: ENCUESTA

La encuesta es aplicada a los habitantes de la parroquia Los Encuentros.



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

OBJETIVO: Diagnosticar la percepción que tienen los habitantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en las áreas de posicionamiento, identidad, imagen y comunicación.

TARGET: Habitantes de las 17 comunidades que integran la jurisdicción parroquial Los Encuentros que estén comprendidas entre los 18 y 65 años de edad.

DATOS PERSONALES:

Sexo: Femenino () Masculino ()

Rango de edad: 18-25 ()
26-35 ()
36-45 ()
46-55 ()
56-65 ()

Lugar y fecha:

CUESTIONARIO:

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

- Gobierno nacional (EP Ecuador Estratégico, ECORAE, etc.)

- GAD de la provincia de Zamora Chinchipe.....
- GAD del cantón Yantzaza.....
- Iglesia.....
- El GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.....

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

- No lo sé.....
- Gobierno anónimo.....
- Gobierno Autónomo Descentralizado.....
- No he escuchado nunca.....

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

- Sí.....
- No.....

Si su pregunta es SÍ, pase a la interrogante 4

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

ASPECTOS A EVALUAR	1	2	3	4	5
Servicio					
Instalaciones					
Atención al usuario					

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

- Control legislativo.....
- Administración del Sistema de Agua Potable.....

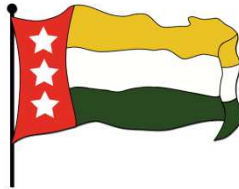
- Mantenimiento vial y apoyo productivo.....
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

- Mala atención.....
- Un lugar agradable.....
- Me siento satisfecho(a) con el lugar.....
- No volvería nunca.....

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

- Buen servicio.....
- El presidente.....
- Necesidad.....
- Respeto al medio ambiente.....

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

- Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia.....
- Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible.....
- Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo.....
- Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de la Gestión Ambiental.....

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

- Amarillo, azul y rojo.....
- Amarillo, blanco, verde y rojo.....
- Amarillo, blanco, verde, rojo y azul.....
- Ninguno.....

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

- En la radio.....
- En la televisión local.....
- En el periódico.....
- En reuniones comunitarias.....
- Por rumores.....
- En la página Web del GAD de Los Encuentros.....
- En Facebook.....

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Radio La Voz de Zamora.....	
Radio Integración.....	<input type="checkbox"/>
Radio Podocarpus.....	<input type="checkbox"/>
Radio Romántica.....	<input type="checkbox"/>
Radio Amazonas.....	<input type="checkbox"/>
TV Católica Los Encuentros.....	<input type="checkbox"/>
Diario La Hora.....	<input type="checkbox"/>
Diario Centinela.....	<input type="checkbox"/>
Zamora en Directo.....	<input type="checkbox"/>
Internet.....	<input type="checkbox"/>

Agradecemos su gentil colaboración.

ANEXO 3: ENTREVISTAS ESPECIALIZADAS

Las entrevistas son aplicadas a personas que han tenido relación con el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y gozan de una experiencia previa para analizar con mayor profundidad temáticas que involucran a la institución investigada.



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

OBJETIVO: Recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los públicos externos relevantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

TARGET: Representantes de las siguientes instituciones:

- Radio Romántica,
- TV Católica Los Encuentros,
- Empresa privada Kinross.

CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo evalúa el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
2. ¿Cuáles considera usted que son las fortalezas que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
3. ¿Cuáles son las características respecto a la gestión y servicio que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
4. Qué opinión tiene usted respecto al cumplimiento o incumplimiento de la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros que

señala: “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”.

5. ¿Considera usted que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ha generado notoriedad?
6. ¿Qué debería hacer una institución pública para proyectar una imagen positiva y que esta se sostenga en el tiempo?

Agradecemos su gentil colaboración



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

OBJETIVO: Recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los públicos externos relevantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

TARGET: Representante del GAD provincial de Zamora Chinchipe.

CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo evalúa el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
2. ¿Cuáles son las características respecto a la gestión y servicio que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
3. ¿Cómo ha sido la relación que su institución ha sostenido con el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
4. ¿Considera usted que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ha generado notoriedad?
5. ¿Considera que existen aspectos en los que debe mejorar el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Agradecemos su gentil colaboración



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

OBJETIVO: Recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los públicos externos relevantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

TARGET: Representantes de las siguientes instituciones:
– GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo evalúa el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
2. ¿Cuáles son las fortalezas que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
3. ¿Cuáles son las características respecto a la gestión y servicio que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
4. ¿Qué opinión tiene usted respecto al cumplimiento o incumplimiento de la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros que señala: “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”.
5. ¿Considera usted que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros ha generado notoriedad?
6. ¿Qué hace el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros para comunicar su accionar?
7. ¿Ustedes tienen identificados plenamente sus públicos estratégicos?
8. ¿Qué inconvenientes tienen ustedes en materia de comunicación y relacionamiento con sus públicos estratégicos?
9. ¿Quién y cómo se maneja la imagen visual de esta institución?

10. ¿Cuáles son las acciones emergentes que usted considera se debe tomar para mejorar la percepción que tienen sus públicos respecto al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Agradecemos su gentil colaboración

ANEXO 4: CUESTIONARIO SEMIESTRUCTURADO PARA FOCUS GROUPS



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

OBJETIVO: Recabar información cualitativa sobre la percepción que tienen los grupos étnicos respecto al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

TARGET: FOCUS GROUPS 1- Líderes de la etnia shuar
FOCUS GROUPS 2- Líderes de la etnia saraguro

CUESTIONARIO:

1. ¿Qué instituciones consideran ustedes que tienen mayor influencia en la parroquia Los Encuentros?
2. ¿Qué personas influyen más en la parroquia Los Encuentros?
3. ¿Cuándo ustedes escuchan decir GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, qué es lo primero que se les viene a la mente?
4. ¿Qué opinión tienen ustedes de las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
5. ¿Qué nos pueden contar sobre los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?
6. ¿Cómo debería informar el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros a sus habitantes?
7. ¿Qué opinión tienen respecto a las instituciones públicas que atienden a los usuarios en lenguas shuar y quichua?
8. ¿Qué aspectos debe mejorar el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Agradecemos su gentil colaboración

Tabulación e interpretación de resultados por comunidad, referentes a la encuesta aplicada para investigar sobre las áreas de posicionamiento, identidad e imagen y comunicación del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

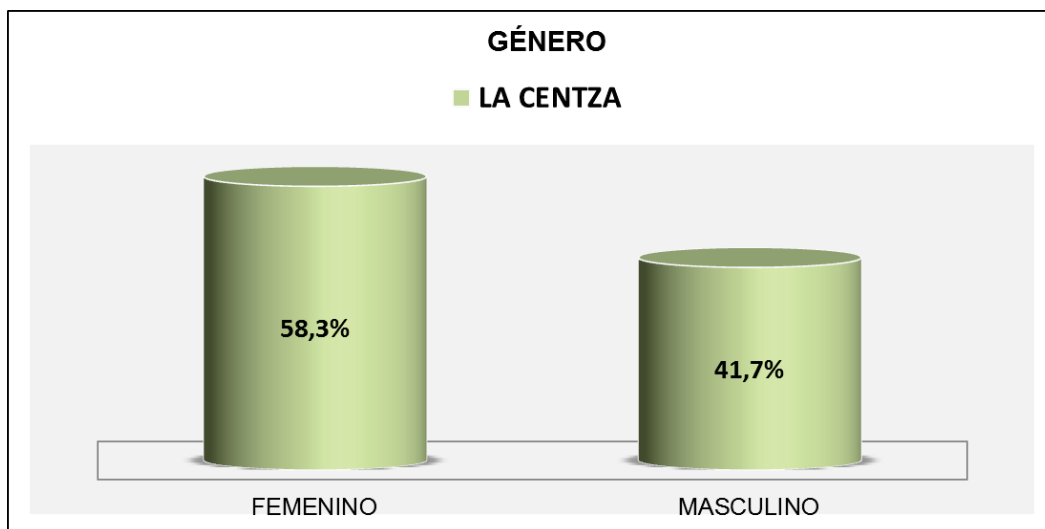
TEMA: Diagnosticar la percepción que tienen los habitantes del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en las áreas de posicionamiento, identidad, imagen y comunicación.

TARGET: Habitantes de las 17 comunidades que integran la jurisdicción parroquial Los Encuentros que estén comprendidas entre los 18 y 65 años de edad.

COMUNIDAD: LA CENTZA

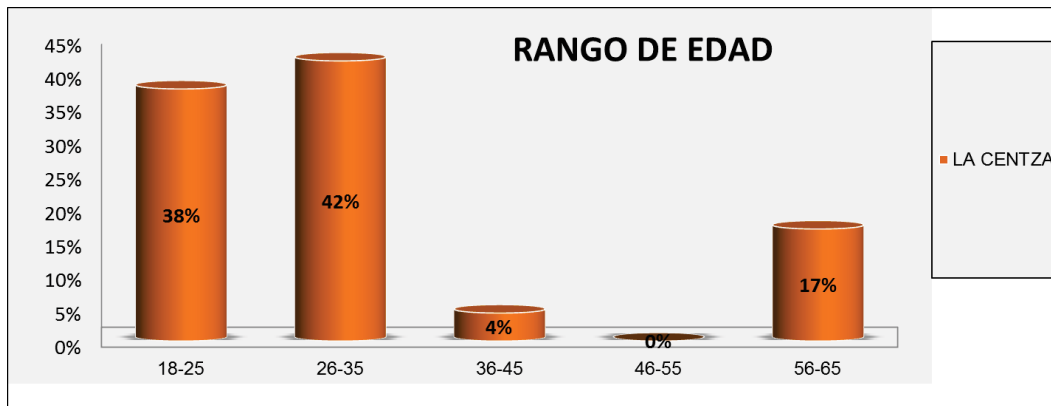
DATOS PERSONALES:

Género, La Centza



En la comunidad La Centza el 58,3% de las personas encuestadas pertenecen al género femenino, y el 41,7% al género masculino.

Rango de edad, La Centza

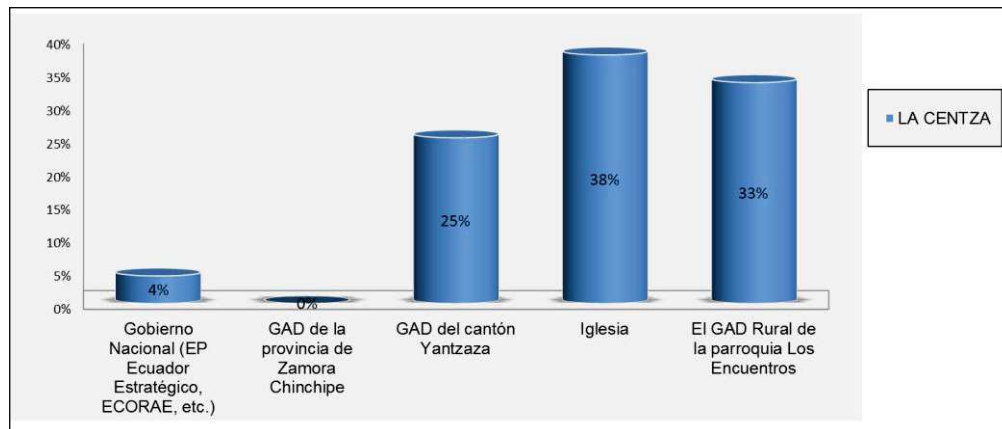


El 42,0% de los habitantes encuestados de la comunidad La Centza corresponden al rango de edad de 26-35 años, un 38,0% a las edades de 18-25 años; el 17,0% al último rango de edad (56-65 años) y finalmente con el 4% las edades de 36-45 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

Pregunta 1, La Centza

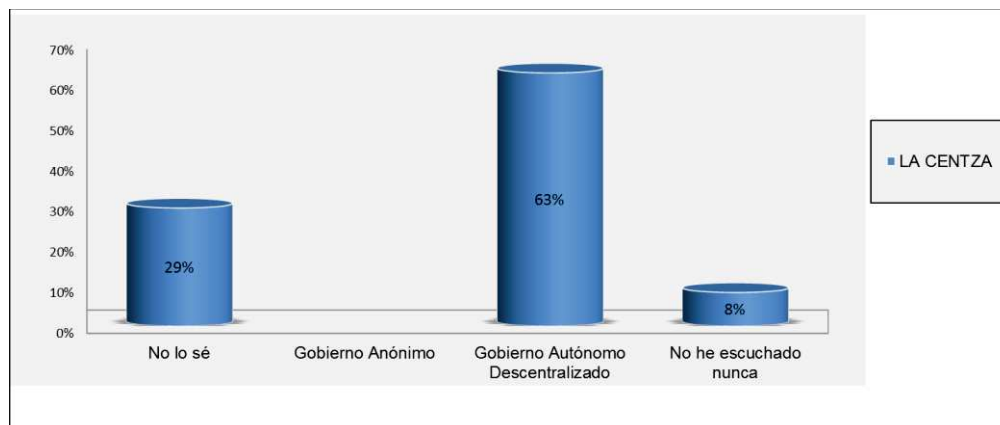


Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en el gráfico, el 38,0% de encuestados expresan que asisten a la iglesia, el 33,0% concurren con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros; un 25,0% visita

al GAD del cantón Yantzaza; mientras que un 4,0% acuden al Gobierno Nacional.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

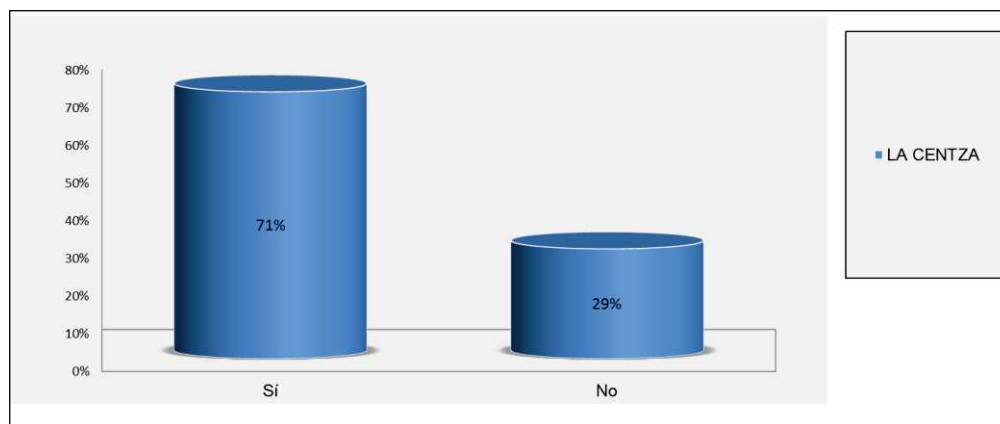
Pregunta 2, La Centza



En este gráfico el 63,0% de personas encuestadas señala que sí conoce lo que significa GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado), un 29% no lo sabe y el 8,0% no ha escuchado nunca el significado de GAD.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

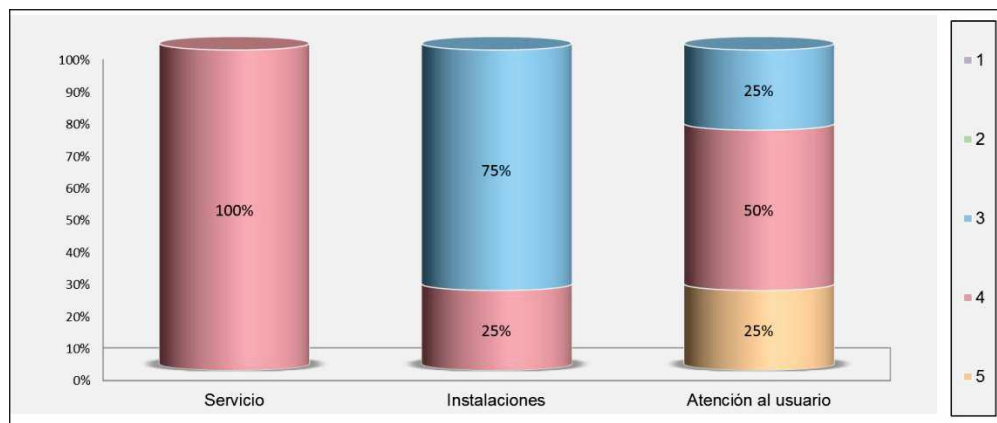
Pregunta 3, La Centza



El 71,0% de los habitantes de la comunidad La Centza señala que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 29,0% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, La Centza



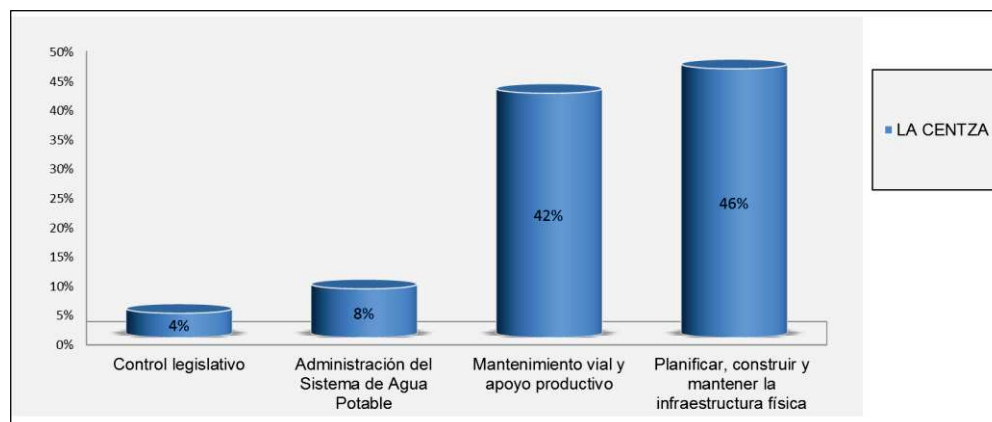
El 25,0% de los habitantes de La Centza califican con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario en el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

Con el 100% los encuestados califican con 4 puntos al servicio, el 50,0% a la atención al usuario y con el 25% a las instalaciones del GAD.

Mientras que el 75,0% de los habitantes de La Centza califican con 3 puntos a las instalaciones, y con el 25% la atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿Cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, La Centza

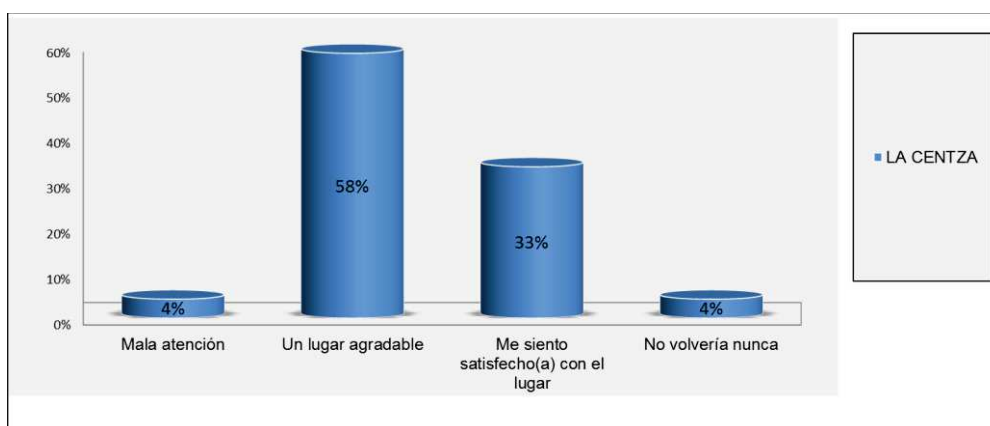


Se observa que el 46,0% de los encuestados afirma que el “planificar, construir y mantener la infraestructura física” son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 42,0% señala que es “mantenimiento vial y apoyo productivo”; un 8,0% consideró el servicio de la administración del sistema de agua potable, y finalmente el 4,0% expresó la opción del “Control Legislativo”.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, La Centza



Como se muestra en el gráfico el 58,0% de encuestados, dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, el 33,0% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar; y mientras que con un empate porcentual del 4,0% manifiesta que lo identifica con mala atención y que no volvería nunca.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

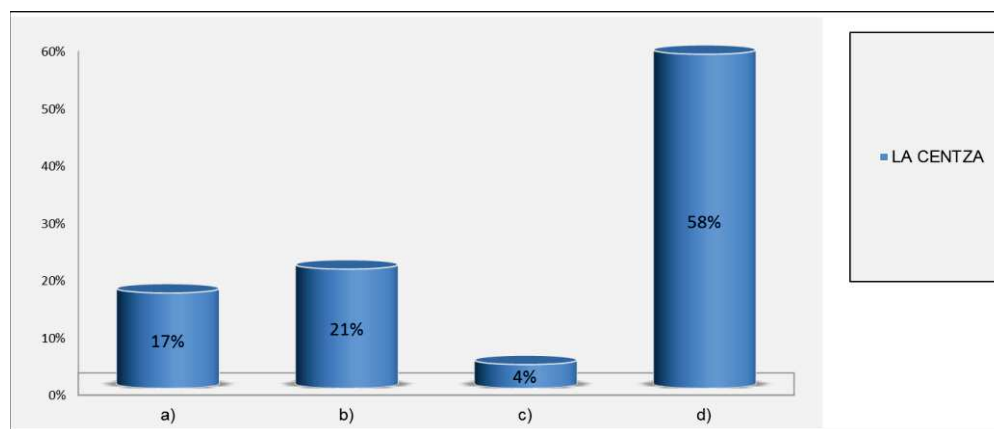


(c)



(d)

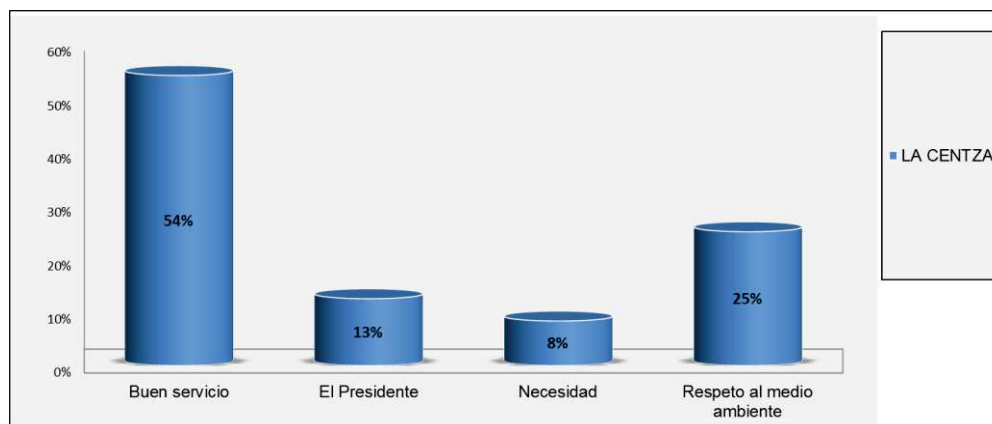
Pregunta 7, La Centza



El 58,0% de encuestados identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, un 21,0% con la bandera tricolor; el 17% con el escudo de la parroquia, y en último lugar con un 4,0% los habitantes eligieron a la opción c).

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, La Centza



Los habitantes de la comunidad La Centza expresan con un 54,0% que identifican la característica de Buen Servicio al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 25,0% revela que es “el respeto al medio ambiente”; un 13% manifiesta que es el presidente y el 8,0% restante expresa que es una necesidad.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 9, La Centza

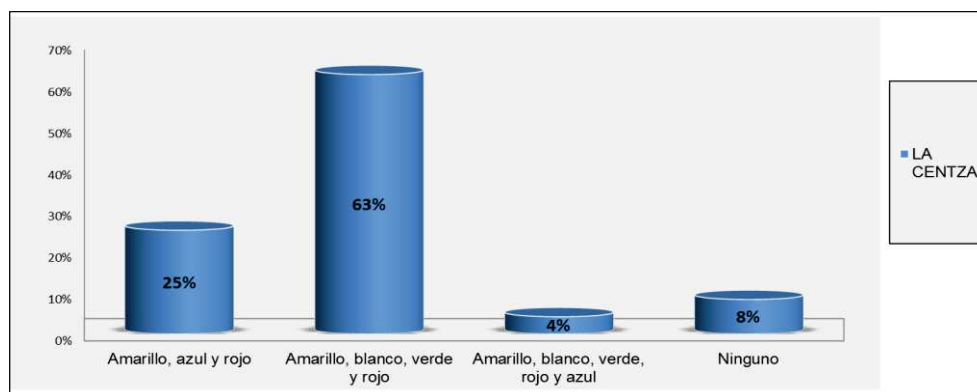


En esta pregunta, el 54,0% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de

desarrollo”, un 25,0% expresó la opción de “Ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de las gestión ambiental”, y el 21,0% señaló “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Gráfico 4.5.12. Pregunta 10, La Centza



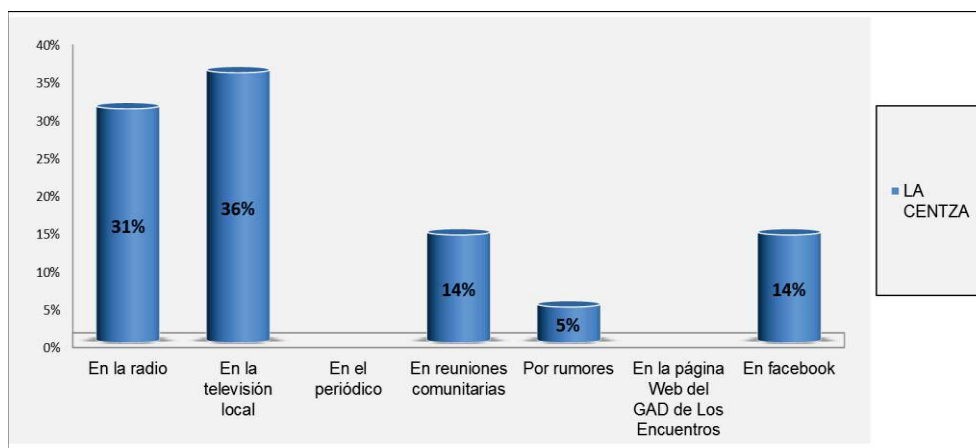
Fuente: Encuesta aplicada en comunidades del GAD
Elaborado por las autoras

Se observa que un 63,0% de los habitantes de la comunidad La Centza, identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores “amarillo, blanco, verde y rojo”; un 25% con el “amarillo, azul y rojo”, mientras que el 8,0% dijo que no identificaban al GAD con ningún color y, finalmente, el 4,0% eligieron el “amarillo, blanco, verde, rojo y azul”.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

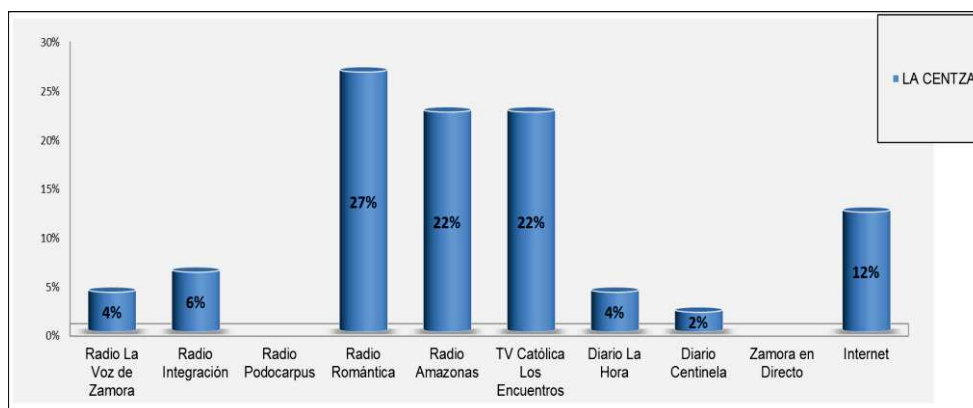
Pregunta 11, La Centza



Los datos reflejados, según la opinión de la comunidad, demuestran que un 36,0% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local. El 31,0% en la radio, con un similar porcentaje del 14,0% las opciones reuniones comunitarias y la red social Facebook; y finalmente con el 5,0% se informan a través de rumores.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, La Centza



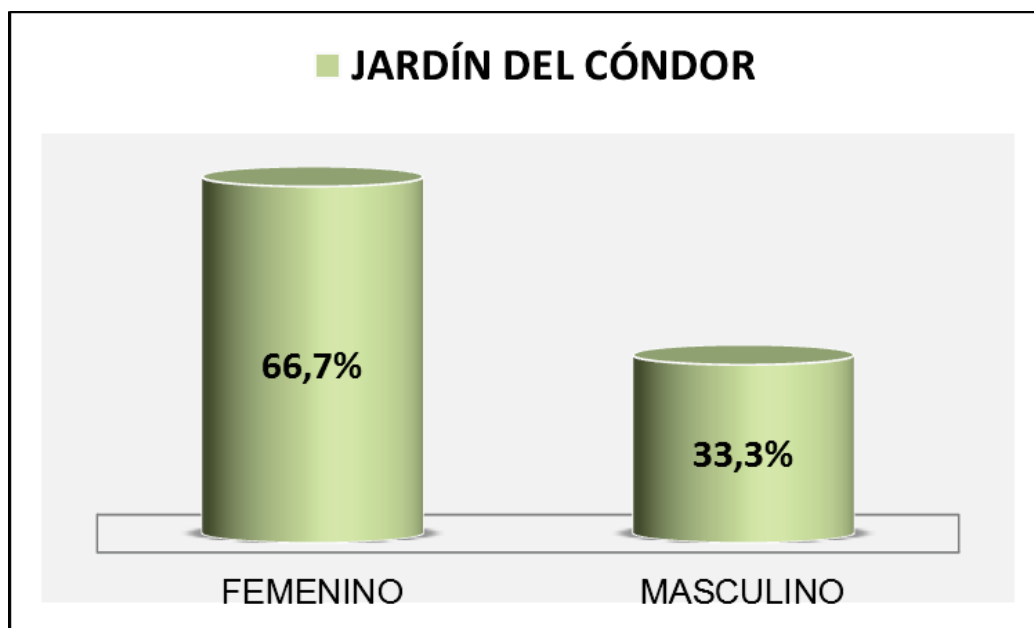
Según la opinión de los habitantes de la comunidad La Centza, el 27,0% prefiere Radio Romántica, con un empate porcentual del 22,0% con TV

Católica Los Encuentros, un 34,4% Radio Romántica, el 13% Internet; con un empate del 8,7% los encuestados optan por las radios Integración y Amazonas; y finalmente, con el 4,3% seleccionan la radio La Voz de Zamora como su medio de comunicación preferido.

COMUNIDAD: JARDÍN DEL CÓNDOR

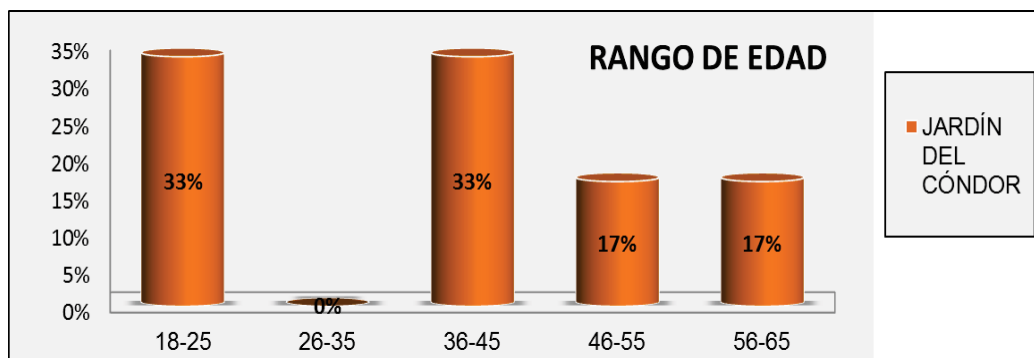
DATOS PERSONALES:

Jardín del Cóndor



En la comunidad Jardín del Cóndor, el 66,7% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y el 33,3% corresponde al género masculino.

Rango de edad, Jardín del Cóndor

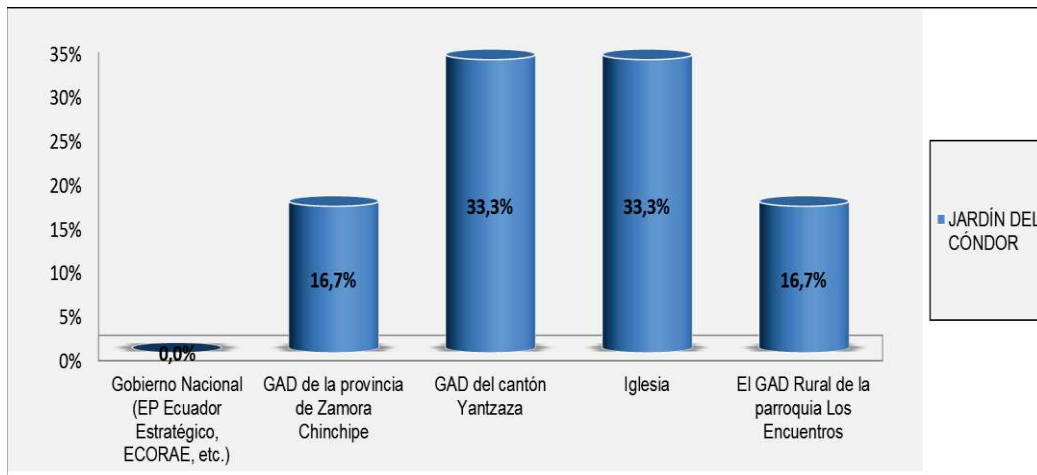


Con un empate porcentual del 33,0% las personas encuestadas corresponden al rango de edad entre 18-25 y 36-45 años; y, asimismo, con un igualdad del 17% las categorías de las edades de 46-55 y 56-65 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

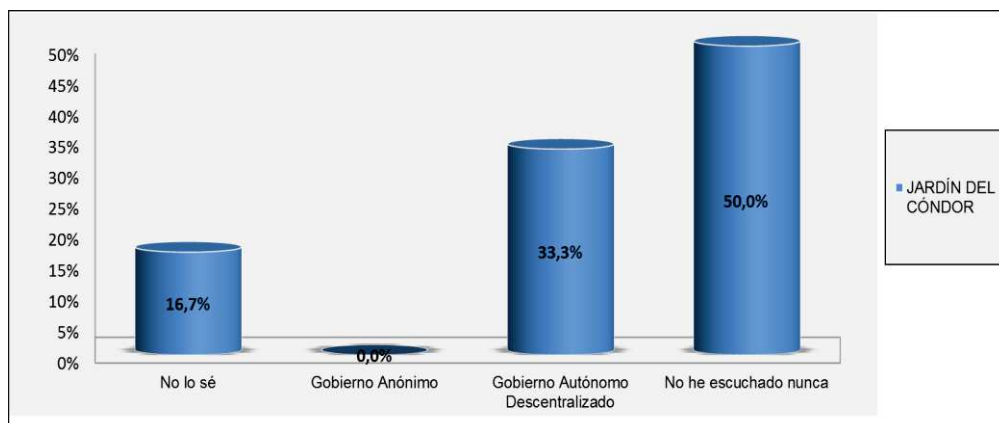
Pregunta 1, Jardín del Cóndor



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 33,3% de encuestados concurren con mayor frecuencia al GAD del cantón Yantzaza y con un mismo 33,3% asisten a la iglesia. Mientras que con un empate porcentual del 16,7% las personas concurren al GAD de la provincia de Zamora Chinchipe y GAD Rural parroquial de Los Encuentros.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

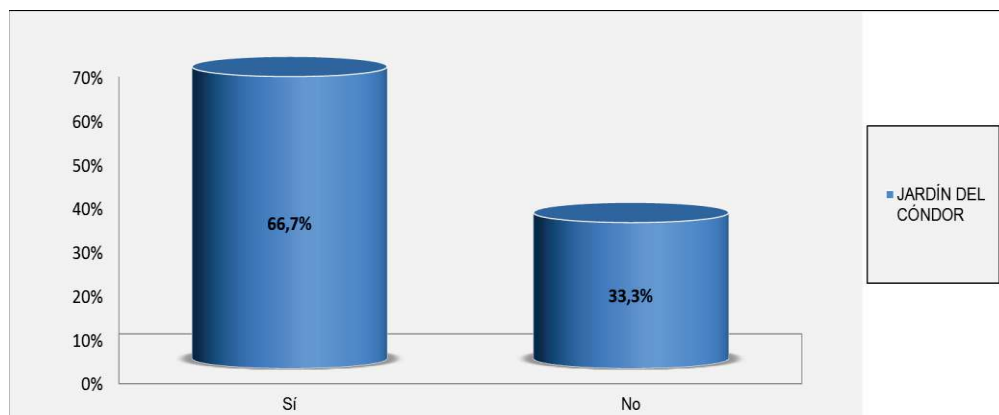
Pregunta 2 , Jardín del Cóndor



En este gráfico el 50,0% de personas señala que no ha escuchado nunca el significado de GAD, un 33,3% respondió que sí conoce, mientras que el 16,7% manifiesta que no sabe.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

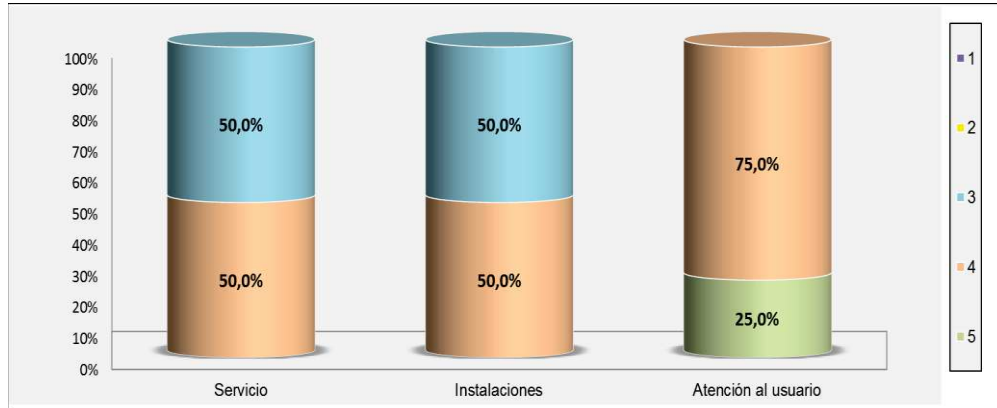
Pregunta 3, Jardín del Cóndor



El 66,7% de los habitantes de la comunidad Jardín del Cóndor dice que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 33,3% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Jardín del Cóndor



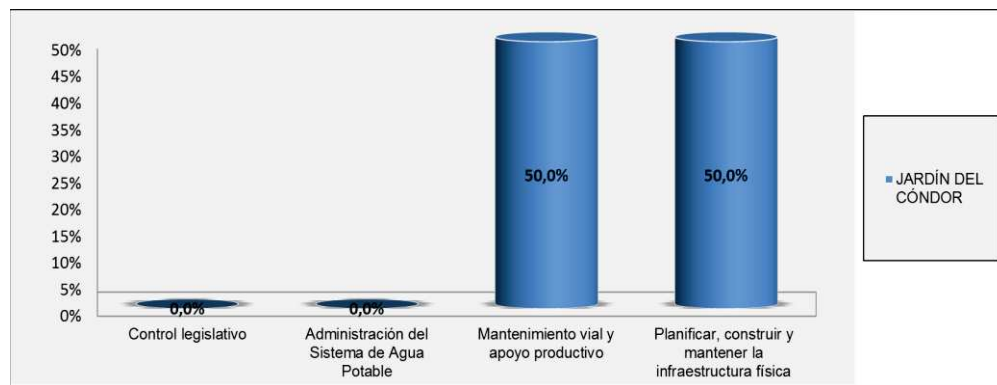
El 25,0% de los habitantes del Jardín del Cóndor califican con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario.

Un 75,0% califican con 4 puntos la atención al usuario, mientras que, con un empate porcentual del 50,0% el servicio y las instalaciones.

Finalmente, el 50,0% de los encuestados califican con 3 puntos al servicio y con un mismo 50,0% las instalaciones.

5. Según su criterio, ¿Cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Jardín del Cóndor

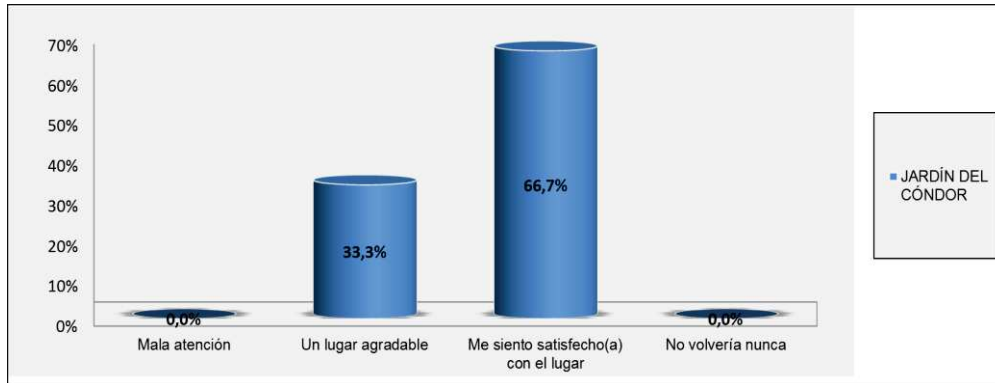


Se observa que el 50,0% de los encuestados afirma que el “mantenimiento vial y apoyo productivo” son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros y con un mismo 50,0% señala que es “planificar, construir y mantener la infraestructura física”.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Jardín del Cóndor



Como se muestra en la gráfica el 66,7% señala que sí se siente satisfecho(a) con el lugar y 33,3% lo identifica como un lugar agradable.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

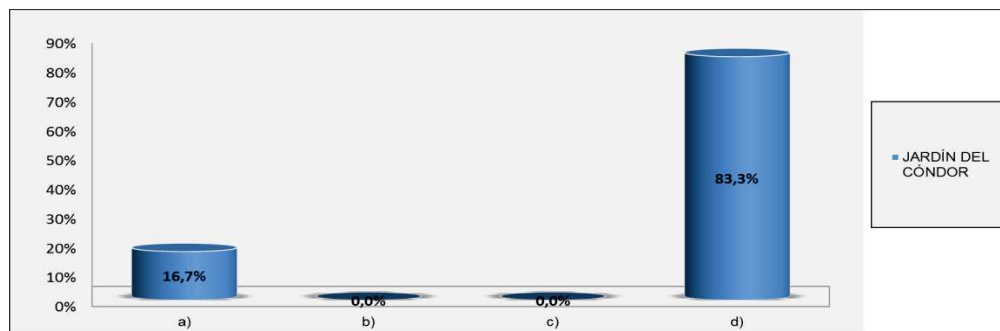


(c)



(d)

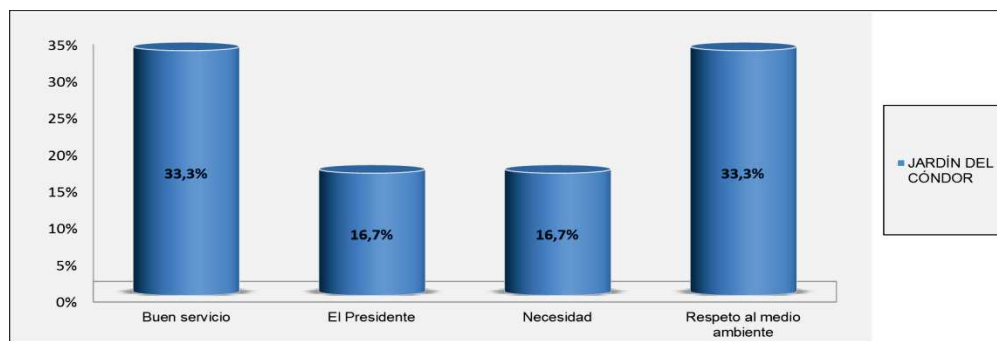
Pregunta 7, Jardín del Cóndor



El 83,3% de encuestados identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, y un restante 16,7% con el escudo.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Jardín del Cóndor



Los habitantes de esta comunidad expresan que el 33,3% se identifican con la característica de “Buen Servicio” al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, y con el mismo porcentaje “respeto al medio ambiente”. Mientras que el 16,7% opina que es “El presidente” y con un 16,7% manifiesta que es una necesidad.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones, corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

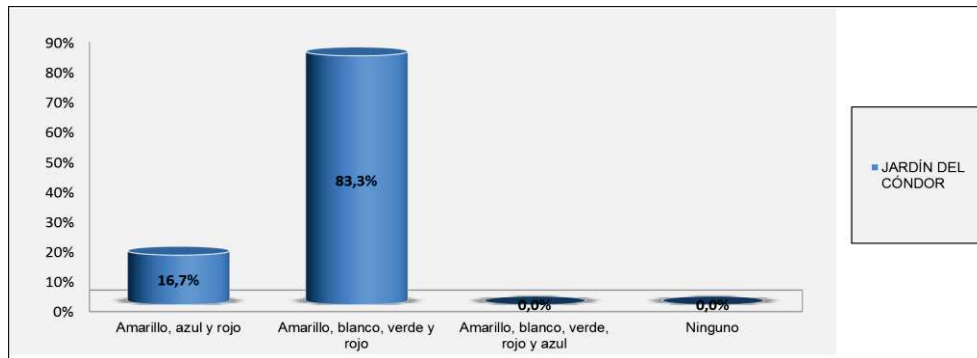
Pregunta 9, Jardín del Cóndor



En esta pregunta, el 83,3% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, y con un 16,7% los encuestados indicaron la opción de “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Jardín del Cóndor

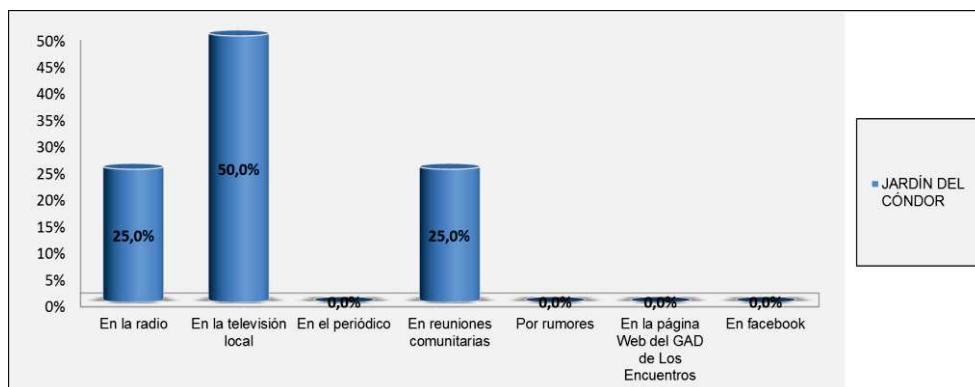


Se observa que un 83,3% de los habitantes de la comunidad Jardín del Cóndor, identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores “amarillo, blanco, verde y rojo”, y con un porcentaje del 16,7% el “amarillo, azul y rojo”.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

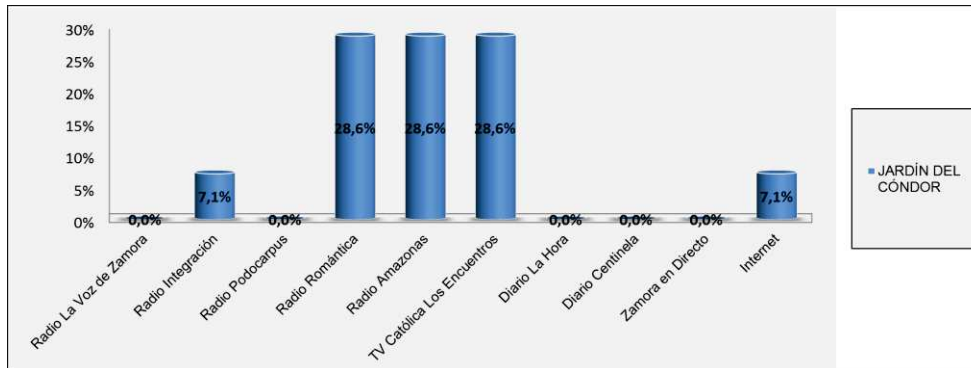
Pregunta 11, Jardín del Cóndor



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad, demuestran que un 50,0% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local; mientras que con un empate porcentual del 25,0% los encuestados se informan a través de la radio y reuniones comunitarias.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Jardín del Cóndor

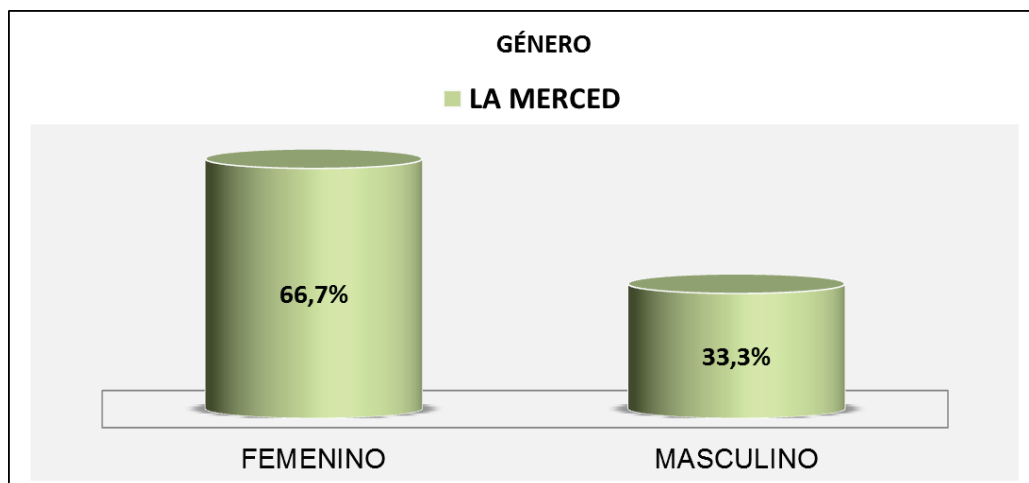


Según la opinión de los habitantes de la comunidad Jardín del Cóndor, el 28,6% prefiere TV Católica Los Encuentros, y de igual porcentaje Radio Romántica y Radio Amazonas. Finalmente con el 7,1% los encuestados respondieron que su medio de comunicación preferido es Radio Integración e Internet.

COMUNIDAD: LA MERCED

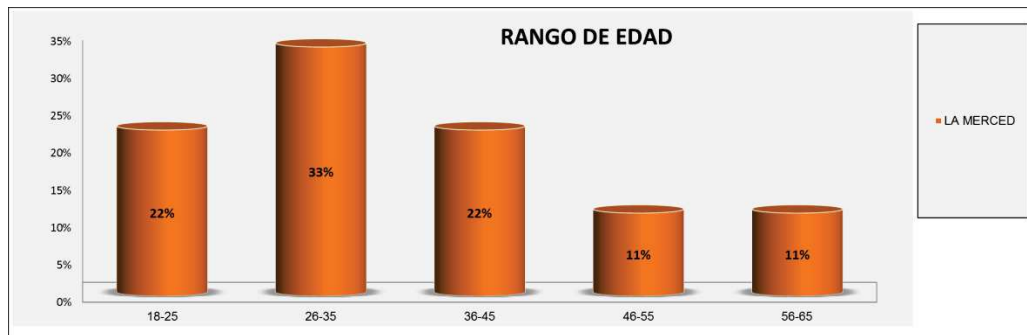
DATOS PERSONALES:

Género, La Merced



En la comunidad La Merced el 66,7% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y el 33,3% corresponde al género masculino.

Rango de edad, La Merced

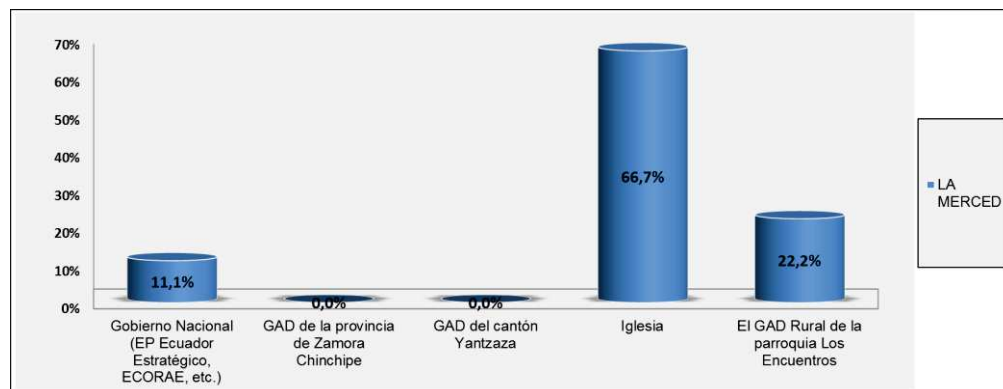


El 33% de personas encuestadas de la comunidad La Merced corresponde al rango de edad entre 26-35 años, con un empate del 22,0% las categorías de las edades de 18-25 y 36-45 años, mientras que el 11% ocupan los rangos de 46-55 y 56-65 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

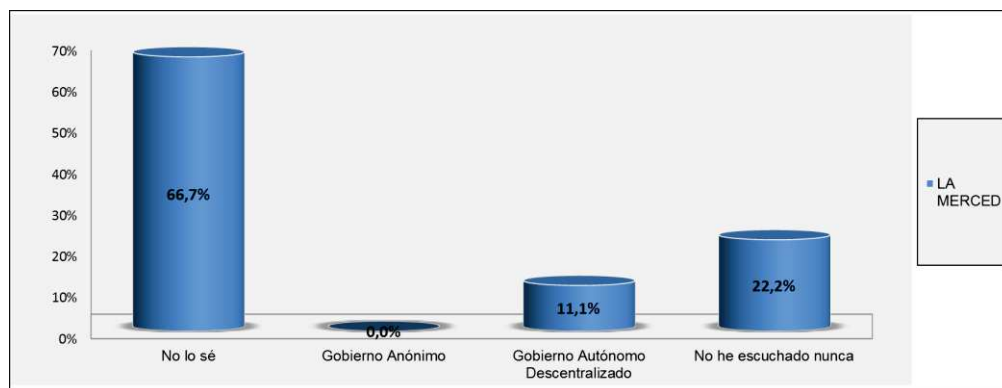
Pregunta 1, La Merced



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 66,7% de encuestados concurre con mayor frecuencia a la Iglesia, un 22,2% al GAD Rural parroquial de Los Encuentros; y, finalmente, con un 11,1% los encuestados acuden al Gobierno Nacional.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

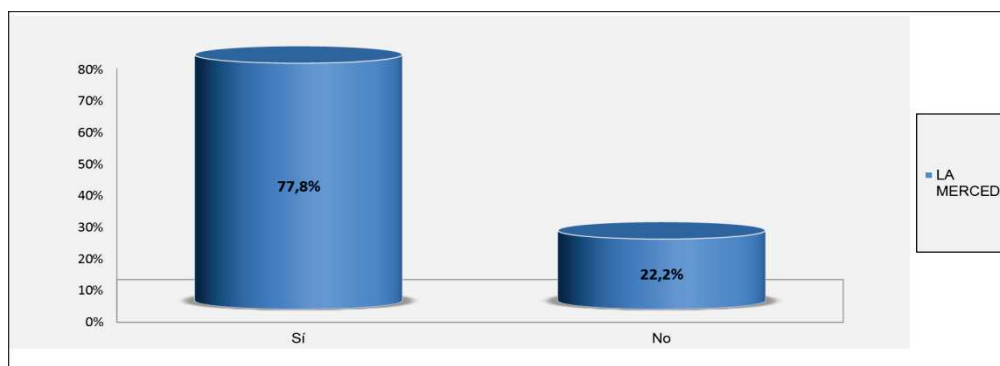
Pregunta 2, La Merced



En este gráfico, el 66,7% de personas señala que no sabe lo que significa GAD, un 22,2% manifiesta que no ha escuchado nunca y el 11,1% dice que sí conoce su significado (Gobierno Autónomo Descentralizado).

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

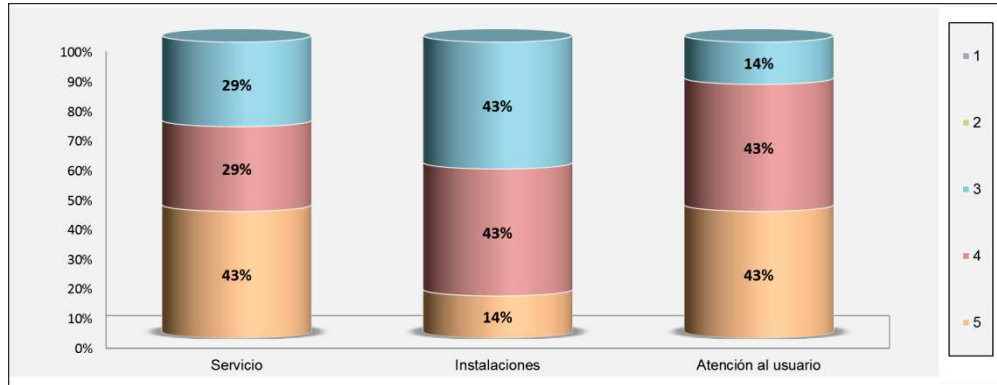
Pregunta 3, La Merced



El 77,8% de los habitantes de la comunidad La Merced expresa que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 22,2% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, La Merced



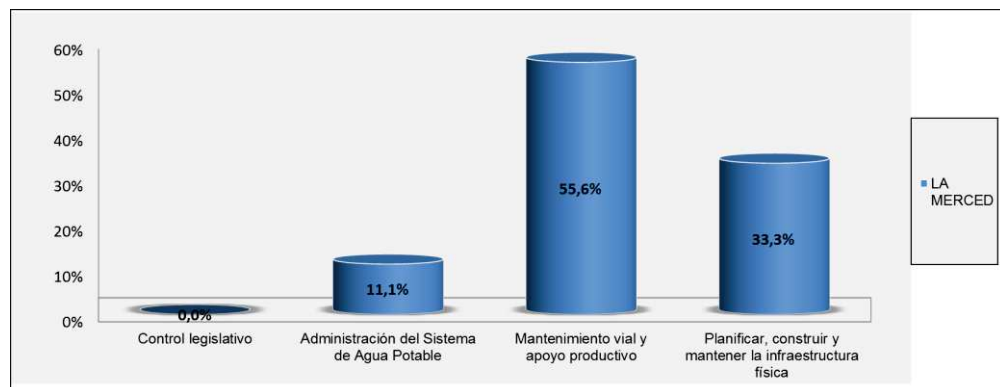
El 43,0% de los habitantes califica con 5 puntos (lo mejor) al servicio y la atención al usuario; y con un 14,0% a las instalaciones.

Con una igualdad del 43,0% los encuestados califica con 4 puntos las instalaciones y la atención al usuario, y el 29,0% se refiere al servicio.

Mientras que el 43,0% de los habitantes califica con 3 puntos a las instalaciones, el 29,0% al servicio; y, finalmente, con un 14% la atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿Cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, La Merced

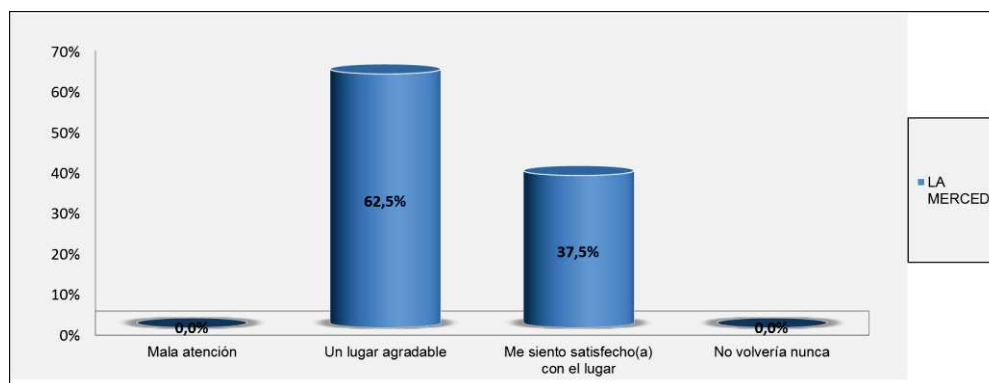


Se observa que el 55,6% de los encuestados dice que el “mantenimiento vial y apoyo productivo” son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 33,3% señala que “planificar, construir y mantener la infraestructura física” es el servicio que brinda y el 11,1% considera que es el servicio de la “administración del sistema de agua potable”.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, La Merced



Como se muestra en la gráfica, el 62,5% de encuestados dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, mientras que el 37,5% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

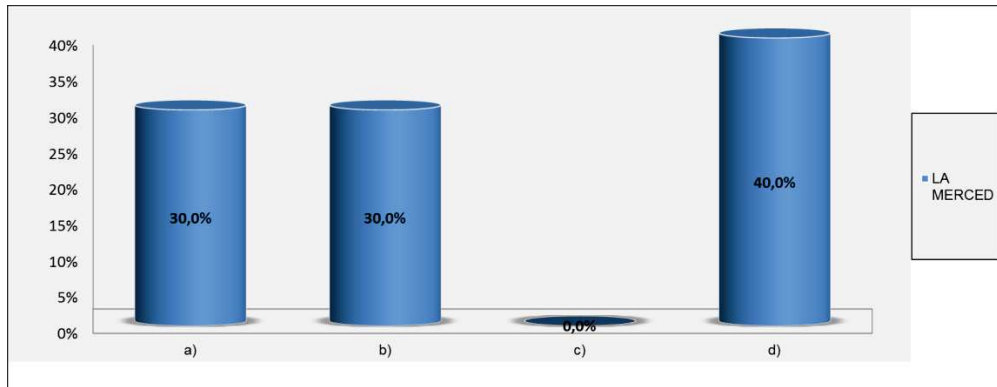


(c)



(d)

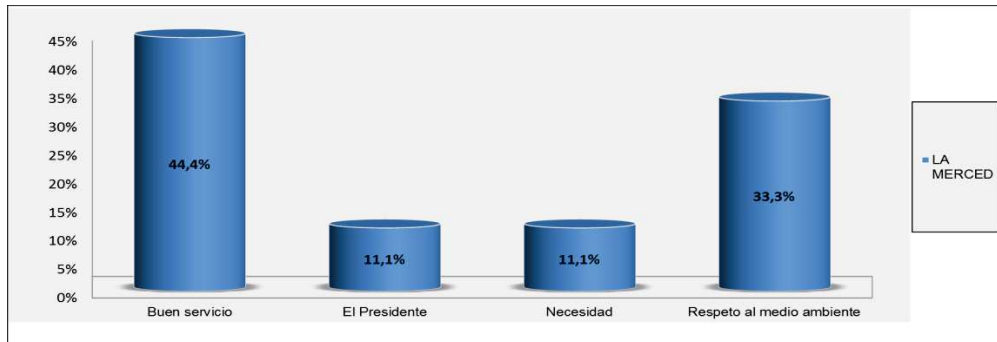
Pregunta 7, La Merced



El 40,0% de pobladores de La Merced identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, un 30,0% con el escudo de la parroquia y con un mismo 30,0% los encuestados identifican al GAD con la bandera del Ecuador.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

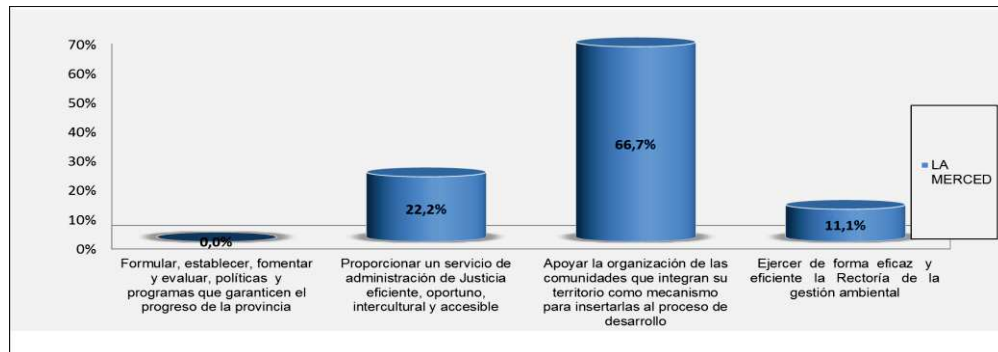
Pregunta 8, La Merced



Los habitantes de La Merced expresan que el 44,4% identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la característica de buen servicio, el 33,3% con el “respeto al medio ambiente”; mientras que con un empate porcentual del 11,1% indican que es “El presidente” y el parámetro “Necesidad”.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

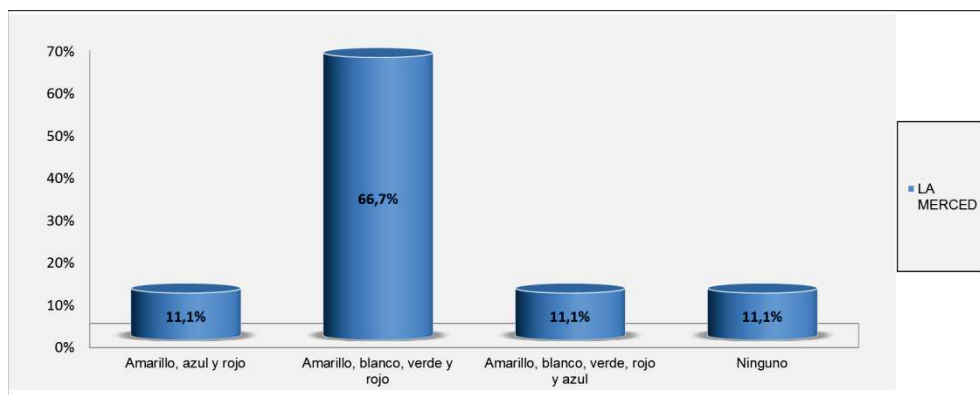
Pregunta 9, La Merced



En esta pregunta el 66,7% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, el 22,2% consideró la opción de “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”; y finalmente, el 11,1% señaló el parámetro “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión ambiental”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, La Merced



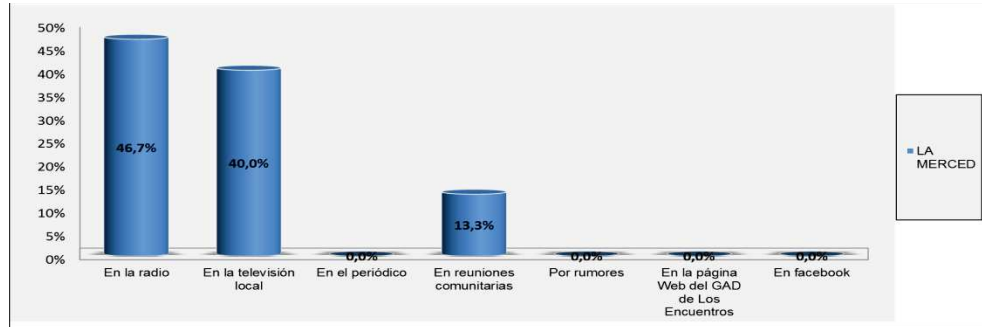
Se observa que el 66,7% de los habitantes de la comunidad La Merced, identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores

“amarillo, blanco, verde y rojo”, y el 11,1% el resto de opciones (“amarillo, azul y rojo”; “amarillo, blanco, verde, rojo y azul” y “ninguno”).

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera Usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

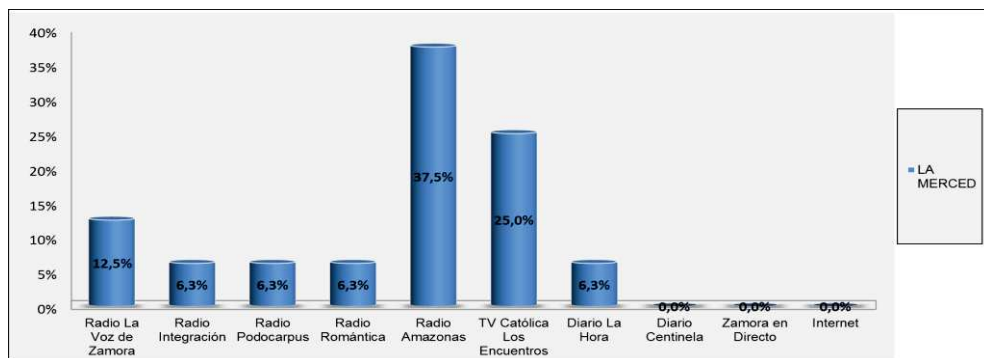
Pregunta 11, La Merced



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad La Merced, demuestran que el 46,7% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la radio, el 40,0% a través en la televisión local, y el 13,3% en reuniones comunitarias.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, La Merced



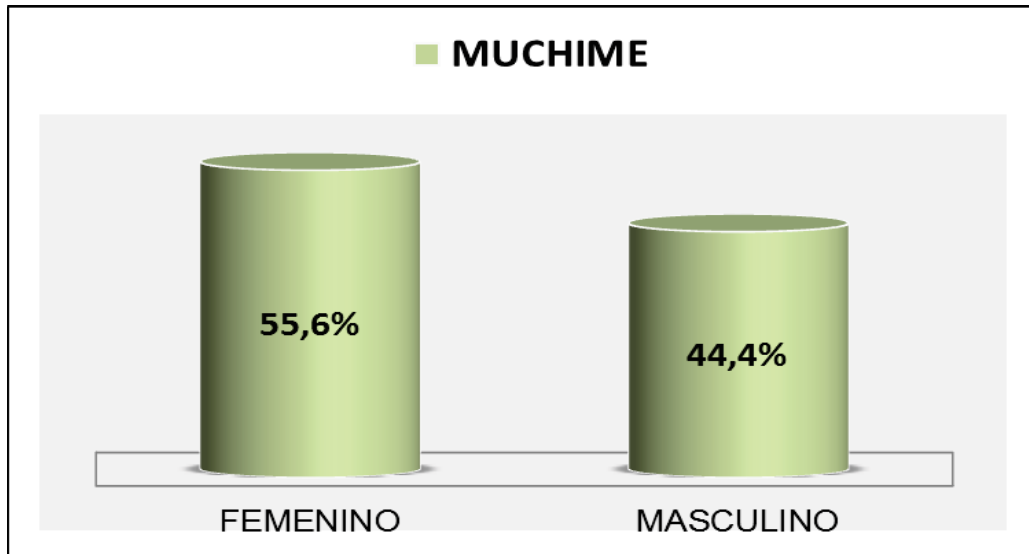
Según la opinión de los habitantes de la comunidad La Merced, el 37,5% prefiere Radio Amazonas, el 25,0% TV Católica Los Encuentros, el 12,5% Radio La Voz de Zamora, y con un una igualdad del 6,3% se encuentran los

medios de comunicación: Diario La Hora y las radios Integración, Podocarpus y Romántica.

COMUNIDAD: MUCHIME

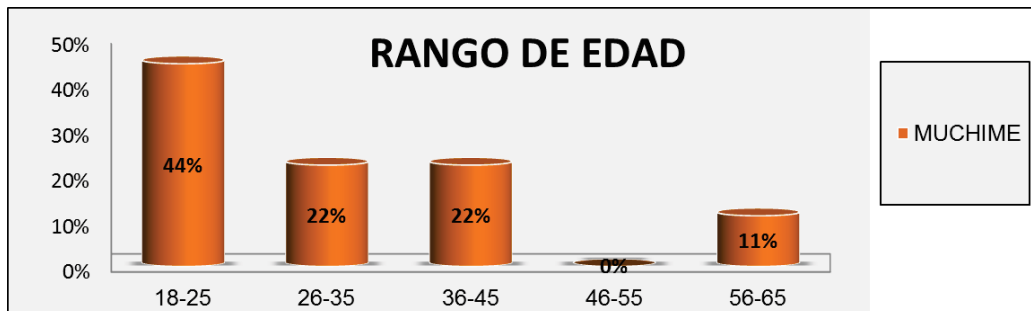
DATOS PERSONALES:

Género, Muchime



En la comunidad Muchime, el 55,6% de las personas encuestadas corresponde al género femenino y el 44,4% al género masculino.

Rango de edad, Muchime

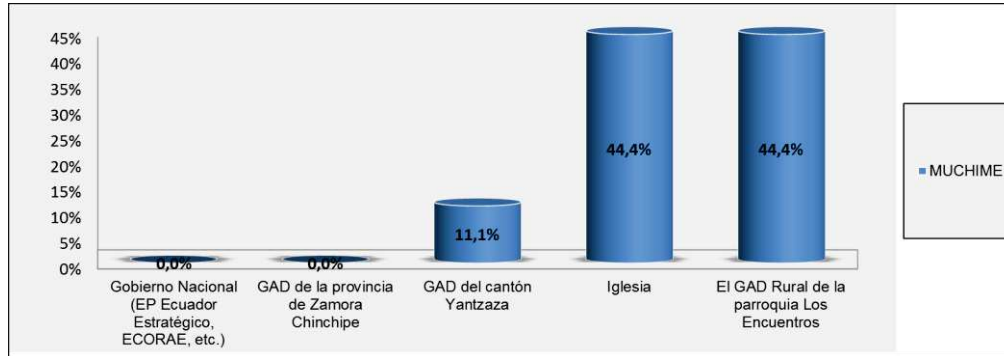


El 44,0% de personas encuestadas de la comunidad Muchime corresponde al rango de edad entre 18-25 años, con un empate del 22,2% las categorías de las edades de 26-35 y 36-45 años, mientras que el 11% ocupan el rango de 56-65 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

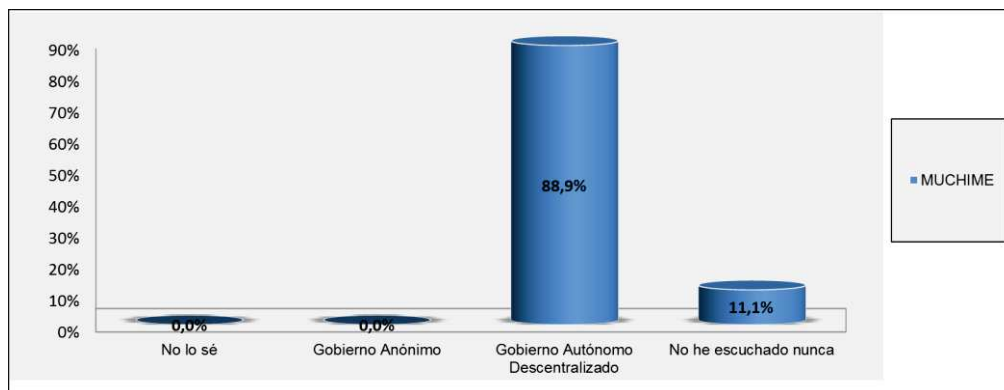
Pregunta 1, Muchime



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 44,4% de encuestados concurre con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros, y con el mismo porcentaje asiste a la iglesia. Finalmente, el 11,1% visitan al GAD del cantón Yantzaza.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

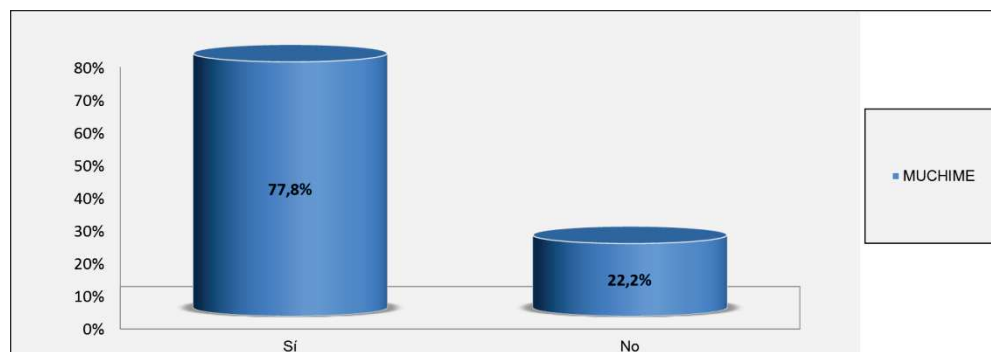
Pregunta 2, Muchime



En este gráfico el 88,9% de personas respondió que sí conoce lo que significa GAD y el 11,1% declaró que no ha escuchado nunca.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

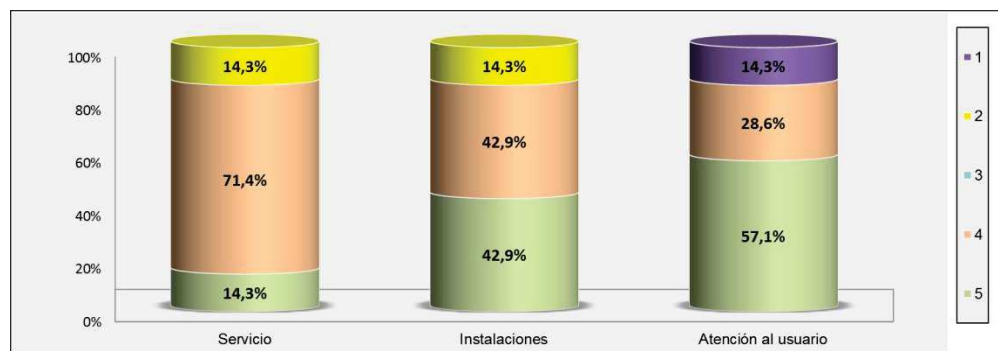
Pregunta 3, Muchime



El 77,8% de los encuestados de la comunidad de Muchime dice que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros; en cambio, el 22,2% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Muchime



El 57,1% de los pobladores de Muchime califican con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario, el 42,9% a las instalaciones y el 14,3% al servicio que ofrece el GAD parroquial.

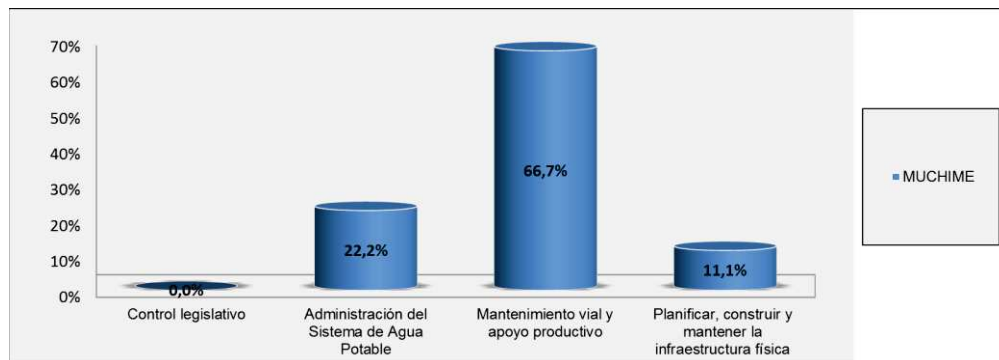
Con el 71,4% los encuestados califican con 4 puntos al servicio, el 42,9% a las instalaciones, y con el 28,6% la atención al usuario.

Mientras que el 14,3% de los habitantes de Muchime califican con 2 puntos al servicio, y con igual porcentaje (14,3%) a las instalaciones.

Finalmente, con el 14,3% los encuestados califican con 1 punto (lo peor) a la atención al usuario que brinda el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Muchime

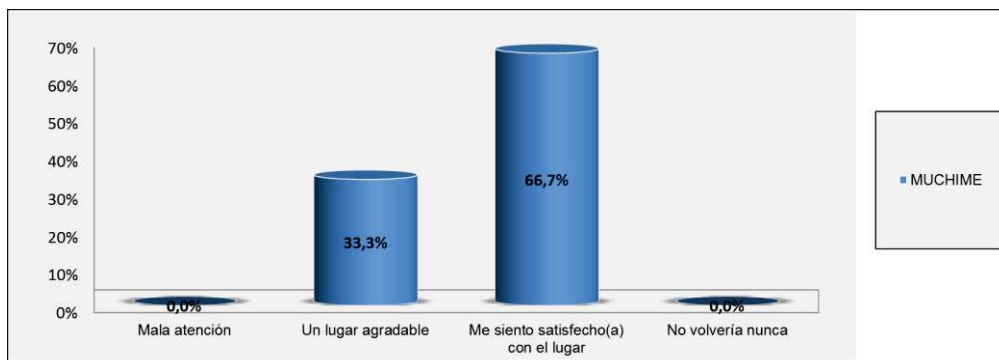


Se observa que el 66,7% de los encuestados dice que el “mantenimiento vial y apoyo productivo” son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros; el 22,2% señala a la “administración del sistema de agua potable” y el 11,1% se inclina por los servicios de “planificar, construir y mantener la infraestructura física”.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Muchime



Como se muestra en el gráfico, el 66,7% de los encuestados expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar, y el 33,3% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

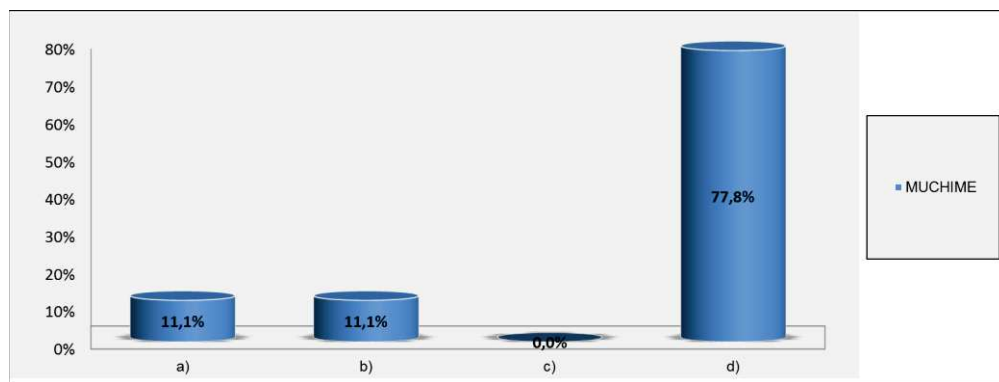


(c)



(d)

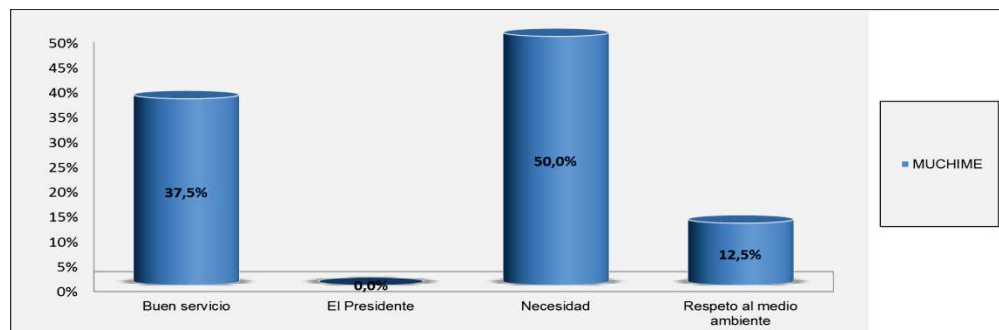
Pregunta 7, Muchime



El 77,8% de habitantes de Muchime opina que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, un 11,1% con el escudo de la parroquia, y con el mismo porcentaje (11,1%) los encuestados eligen a la bandera del Ecuador.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Muchime



Los habitantes de la comunidad de Muchime expresan que el 30,4% se identifica con la característica de buen servicio al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 26,1% dice que es una necesidad, el 21,7% manifiesta que su principal característica es el presidente; y, finalmente, con el mismo porcentaje (21,7 %) revela que es respeto al medio ambiente.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones, corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

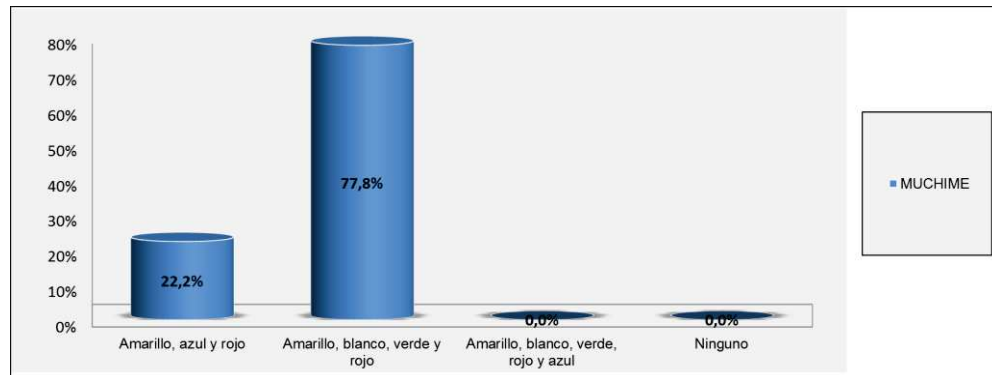
Pregunta 9, Muchime



En esta pregunta el 55,6% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, con el 22,6 % los habitantes expresaron la opción de “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”; y, finalmente, con un empate porcentual de 11,1% los habitantes escogieron las misiones de “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión ambiental” y “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Muchime

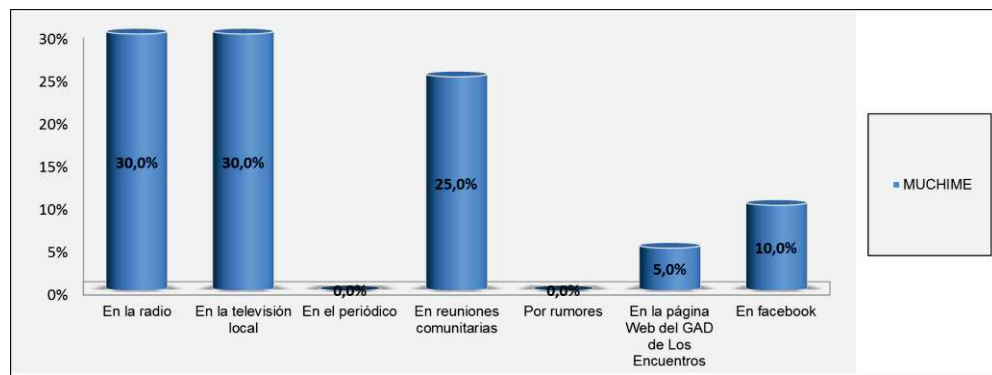


Se observa que el 77,8% de los habitantes de la comunidad Muchime identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores “amarillo, blanco, verde y rojo”, y el 22,2% con el “amarillo, azul y rojo”.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

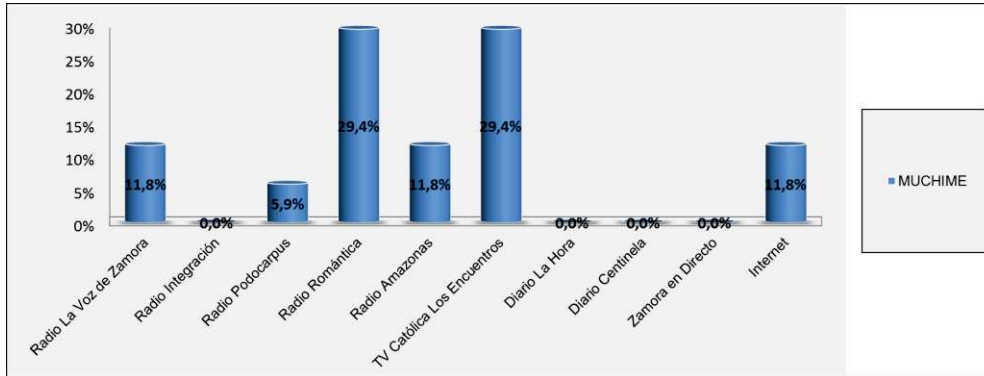
Pregunta 11, Muchime



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad Muchime, expresan que el 30,0% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la radio, con un similar porcentaje en la televisión local; mientras que un 25,0% se informa por reuniones comunitarias, el 10% a través de Facebook y, finalmente, un 5,0% por la página Web del GAD de los Encuentros.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Muchime

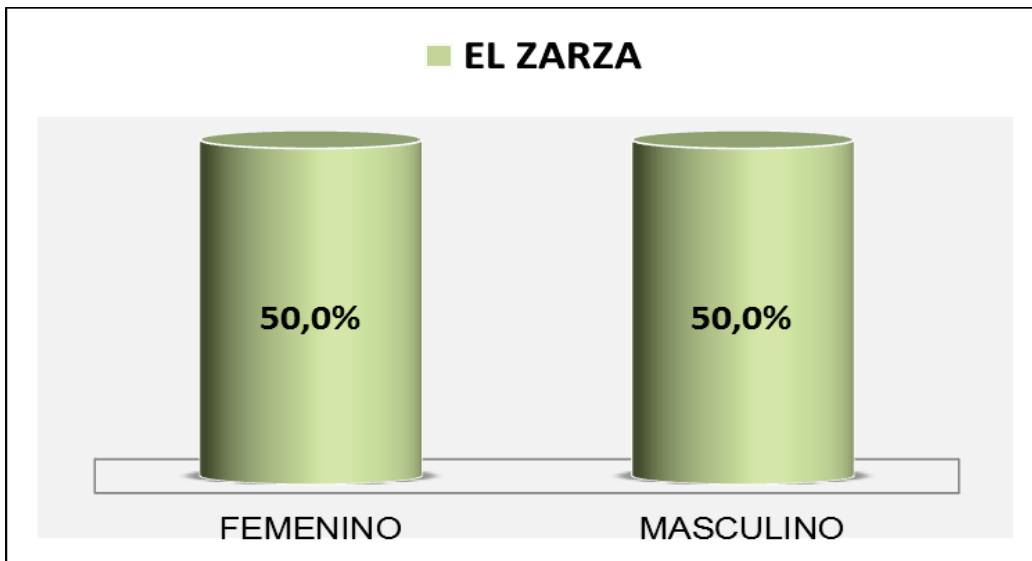


Según la opinión de los habitantes, el 29,4% prefiere Radio Romántica, con un mismo porcentaje TV Católica Los Encuentros, el 11,8% Radio La Voz de Zamora, y con similar porcentaje la Radio Amazonas e Internet; y, finalmente, con el 5,9% los encuestados seleccionan la emisora Podocarpus como su medio de comunicación predilecto.

COMUNIDAD: EL ZARZA

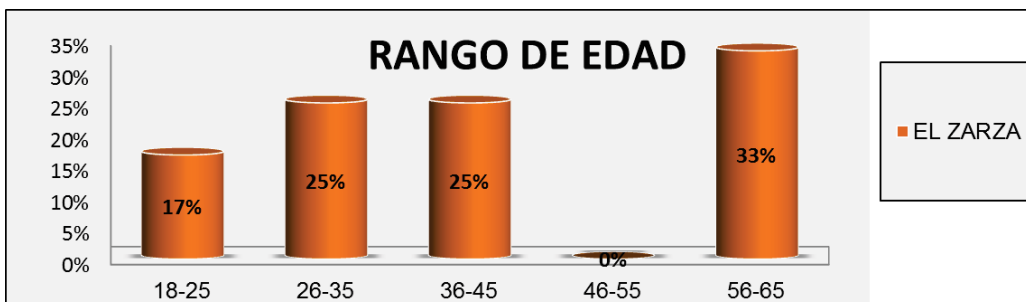
DATOS PERSONALES:

Género, El Zarza



En la comunidad El Zarza el 50,0% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y el 50,0% restante al género masculino.

Rango de edad, El Zarza

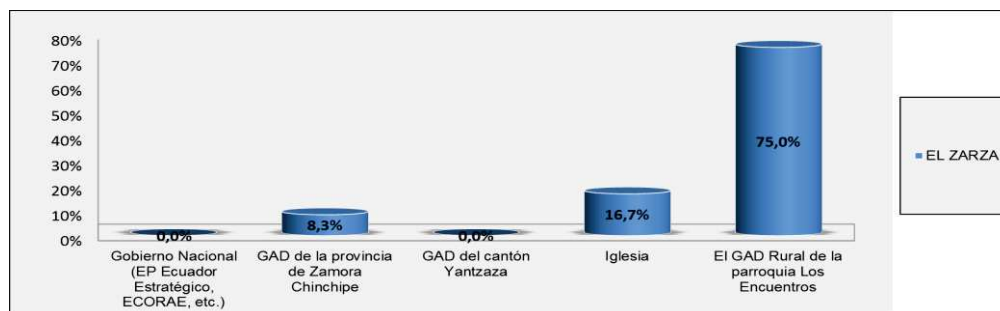


El 33% de personas encuestadas de la comunidad El Zarza corresponde al rango de edad entre 56-65 años, con un empate del 25% las categorías de las edades de 26-35 y 36-45 años, mientras que el 17% ocupa el rango 18-25 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

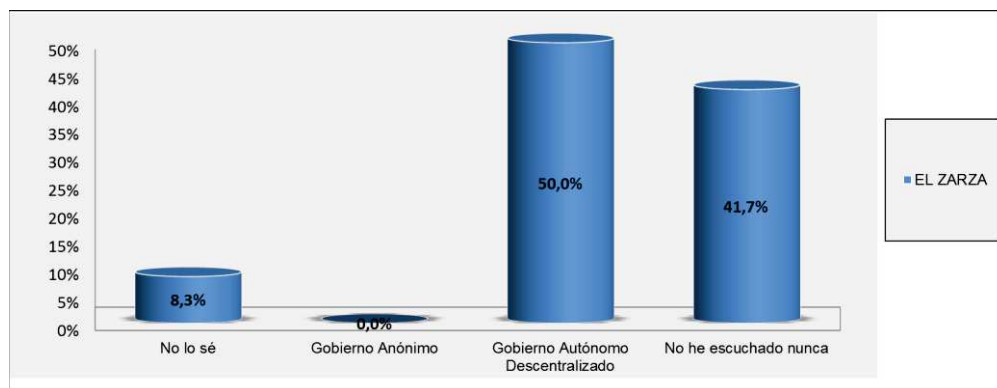
Pregunta 1, El Zarza



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 75,0% de encuestados va con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros, el 16,7% concurre a la iglesia, y el 8,3% acude al GAD de la provincia de Zamora Chinchipe.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

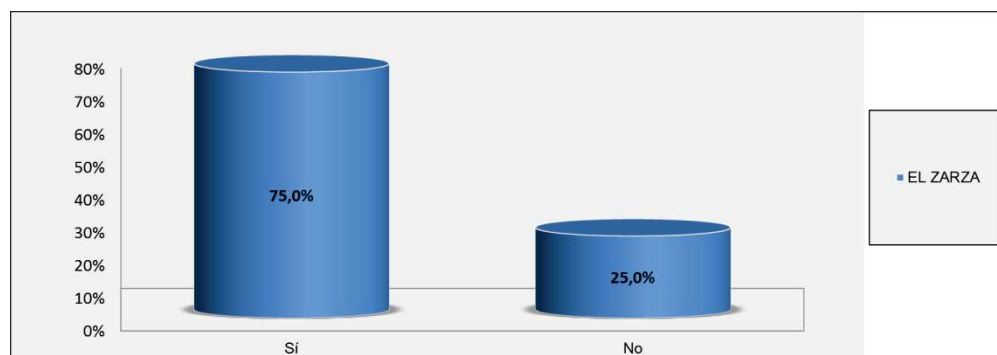
Pregunta 2, El Zarza



En este gráfico el 50,0% de personas respondió que sí conoce lo que significa GAD, el 41,7% señala que no ha escuchado nunca y el 8,0% manifiesta no saber su significado.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

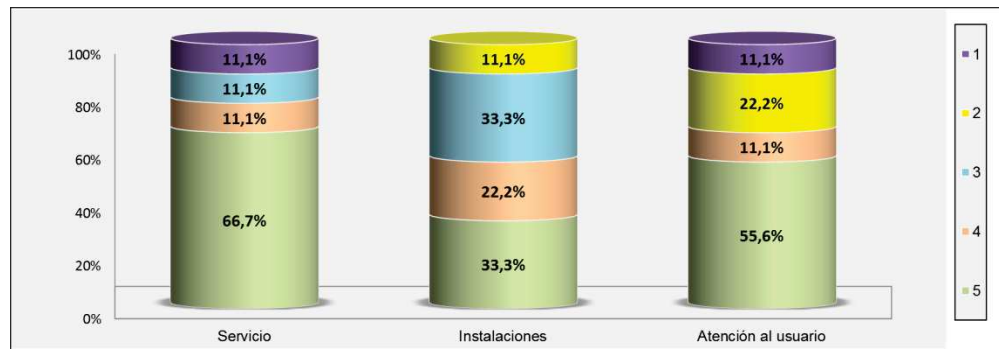
Pregunta 3, El Zarza



El 75,0% de los habitantes de la comunidad El Zarza indica que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 25% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, El Zarza



El 66,7% de los habitantes de El Zarza, califica con 5 puntos (lo mejor) al servicio, con el 55,6% la atención al usuario, y el 33,3% a las instalaciones.

Un 22,0% de los encuestados de esta comunidad califica con cuatro puntos a las instalaciones y con un empate porcentual del 11,1% al servicio y atención al usuario.

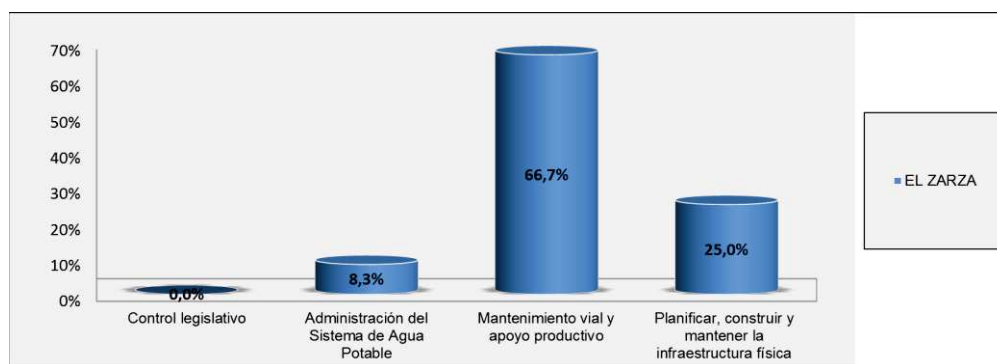
Mientras que el 33,3% de esta comunidad califica con 3 puntos a las instalaciones, y el 11,1% la opción del servicio.

El 22,2% de encuestados califica con dos puntos la atención al cliente, y el 11,1% a las instalaciones del GAD.

Finalmente, el 11,1% de los pobladores de esta comunidad califica con 1 punto (lo peor) al servicio y con el mismo porcentaje calificó con un punto la atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, El Zarza

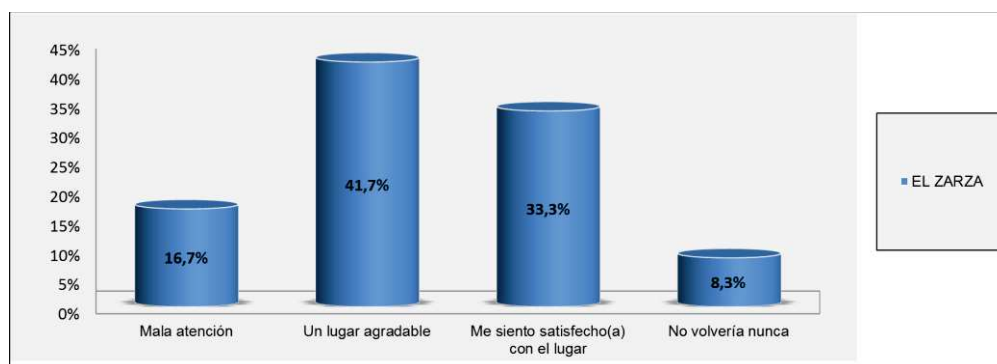


Se observa que el 66,7% de los encuestados afirma que el mantenimiento vial y apoyo productivo son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 25,0% señala que es planificar, construir y mantener la infraestructura física y el 8,3% considera el servicio de la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, El Zarza



Como se muestra en la gráfica el 75,0% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, el 16,7% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar; en cambio, el 4,2% manifiesta que no volvería nunca, y con un mismo 4,2% identifica al GAD con mala atención.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

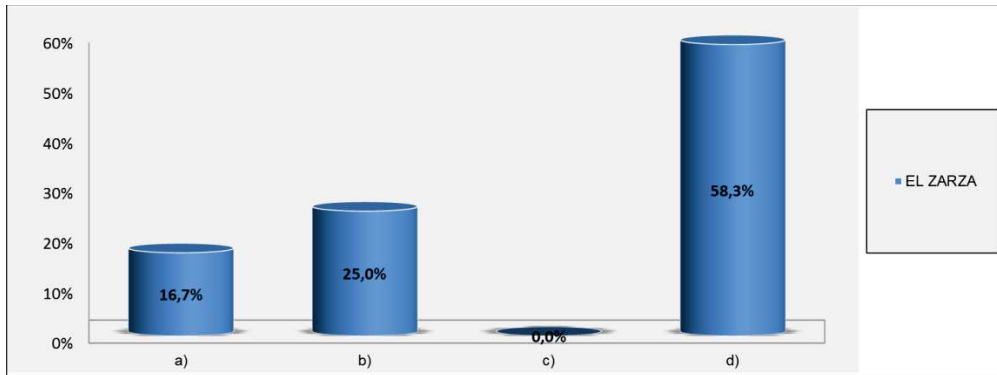


(c)



(d)

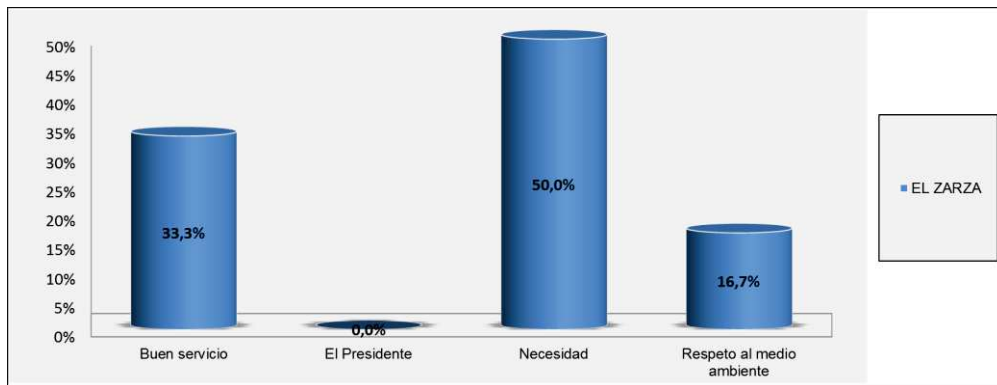
Pregunta 7, El Zarza



El 58,3% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, el 25,0% con la bandera del Ecuador; y, finalmente, 16,7% con el escudo de la parroquia.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, El Zarza



Los habitantes de la comunidad El Zarza expresan con un 50,0% que se identifican con la característica de Necesidad al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 33,3% con la opción buen servicio; y, finalmente, con el 16,7% con respeto al medio ambiente.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

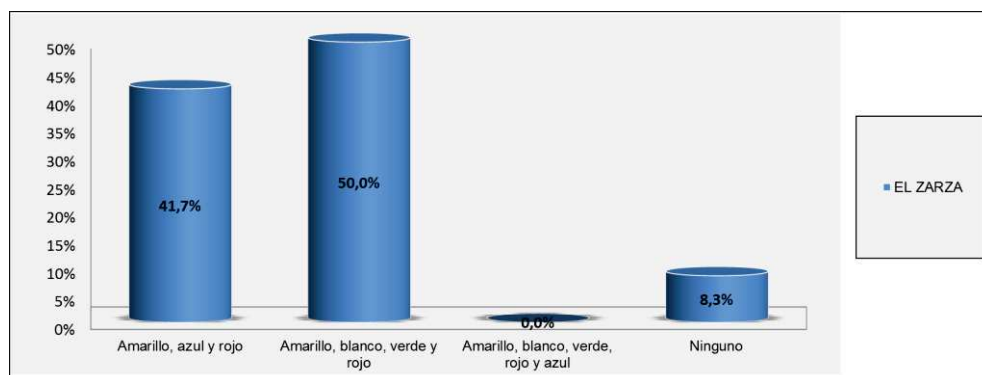
Gráfico 4.5.67. Pregunta 9, El Zarza



En esta pregunta el 75,0% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, con un porcentaje del 8,3% igualan las opciones: Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia; proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible; y, finalmente, ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de la Gestión Ambiental.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, El Zarza



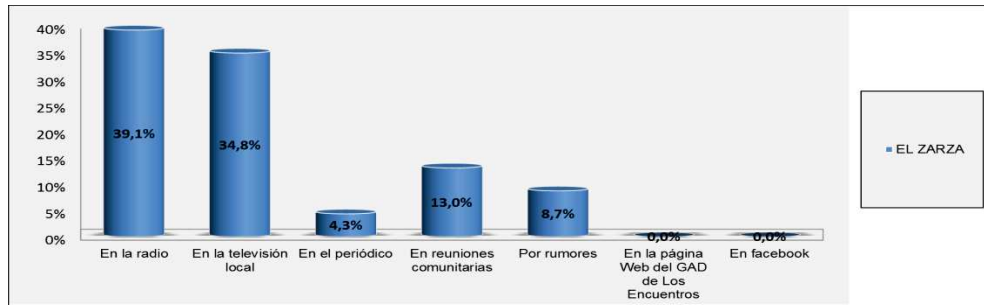
Se observa que un 50,0% de los habitantes de la comunidad El Zarza identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo,

blanco, verde y rojo; con un porcentaje del 41,7% los colores amarillo, azul y rojo; y, en último lugar, con el 8,3% la opción ningún color.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

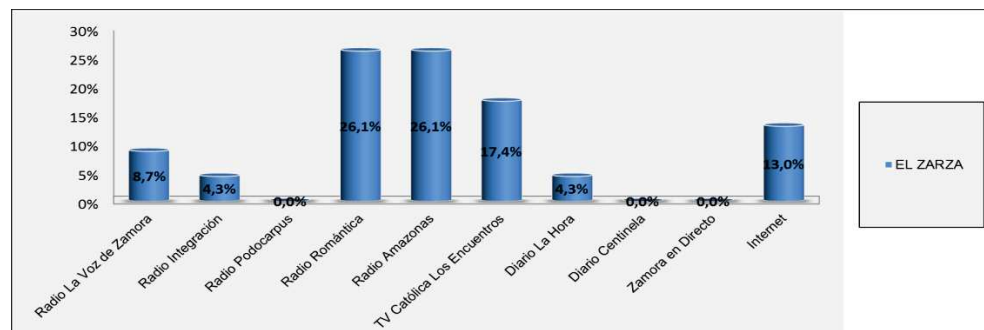
Pregunta 11, El Zarza



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad El Zarza indican que un 39.1% se informa del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la radio, el 34,8% en la televisión local, con el 13% los habitantes se enteran a través de reuniones comunitarias, el 8,7% por rumores; y, finalmente, 4,3% en el periódico.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, El Zarza



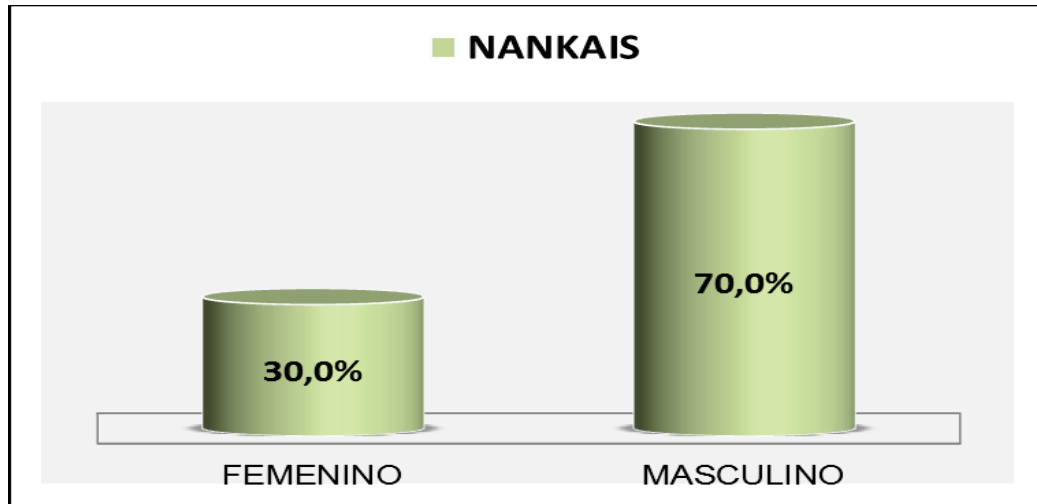
Según la opinión de los habitantes de la comunidad encuestada, con un empate del 26,1% prefiere las radios Romántica y Amazonas para informarse, en cambio con el 17,4% la TV Católica Los Encuentros; el 13,0% opta por la Internet, luego eligen con el 8,7% a la Radio La Voz de Zamora; y, finalmente,

con el 4,3% selecciona como su medio de comunicación preferido a Diario La Hora y Radio Integración.

COMUNIDAD: NANKAIS

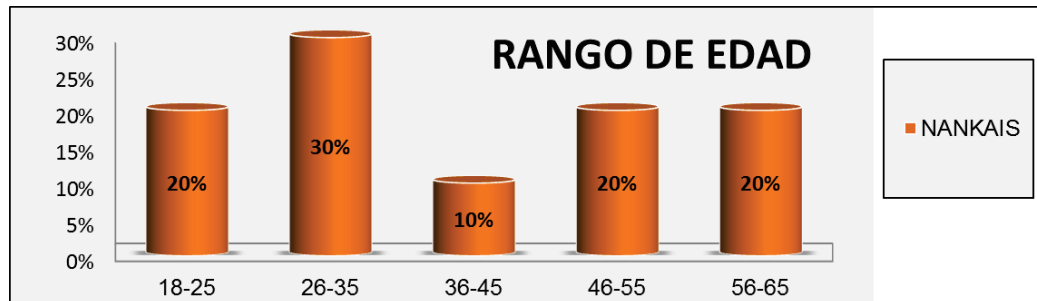
DATOS PERSONALES:

Género, Nankais



En la comunidad de Nankais el 30,0% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y el 70,0% corresponde al masculino.

Rango de edad, Nankais

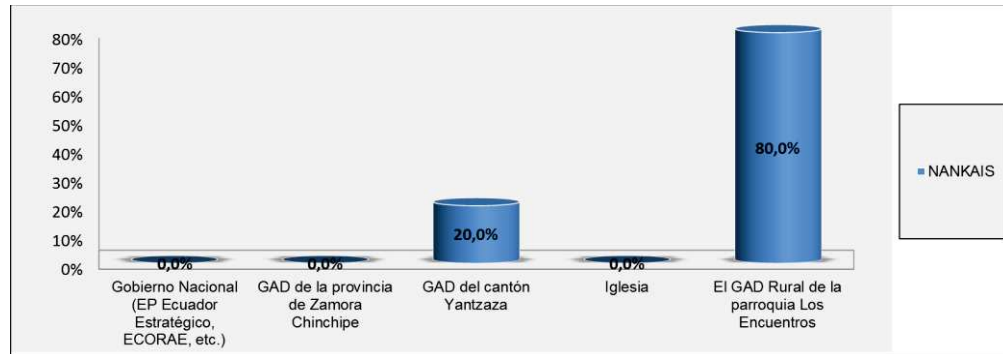


El 30,0% de las personas encuestadas de la comunidad Nankais corresponde al rango de edad entre 26-35 años. Con un empate del 20,0% las categorías de las edades de 18-25, 46-55 y 56-65 años; y, finalmente, con el 10% ocupa el rango de edad de 36-45 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

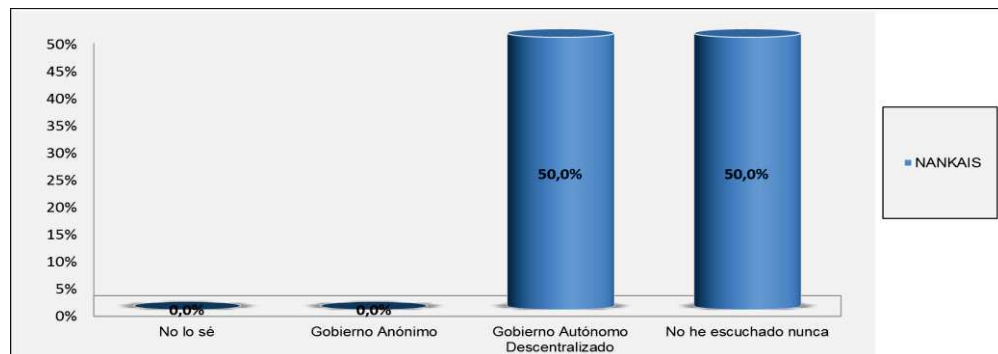
Pregunta 1, Nankais



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 80,0% de encuestados acude con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros y mientras que el 20,0% asiste al GAD del cantón Yantzaza.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

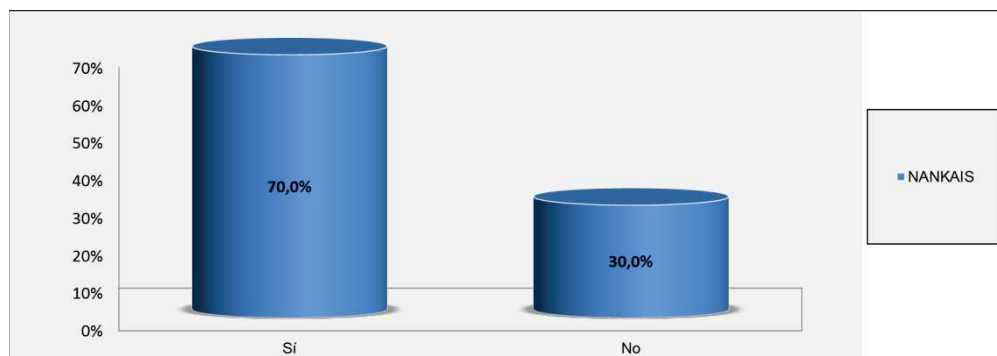
Pregunta 2, Nankais



En este gráfico el 52,2% de personas señala que no ha escuchado nunca el significado de GAD, el 34,8% respondió que sí conoce, mientras que el 13,0% manifiesta no sabe lo que es GAD.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

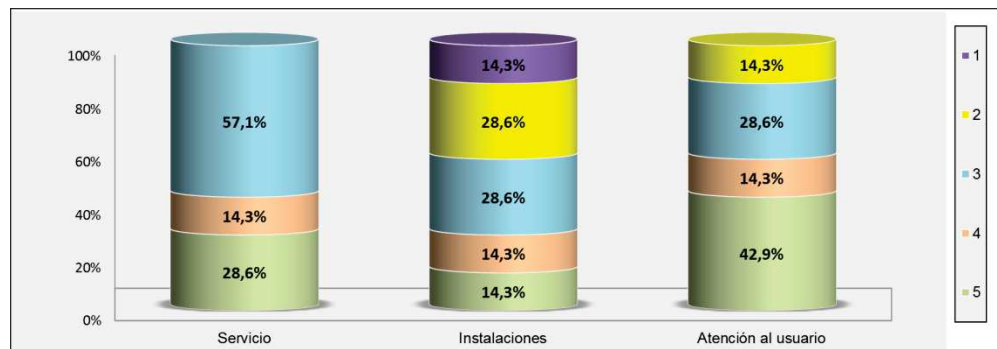
Pregunta 3, Nankais



El 70,0% de los habitantes de la comunidad Nankais dice que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 30,0% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Nankais



El 42,9% de los habitantes de Nankais, califica con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario, el 28,6% al servicio y el 14,3% a las instalaciones.

Con una igualdad del 14,3% de los encuestados califica con 4 puntos al servicio e instalaciones, y la atención al usuario.

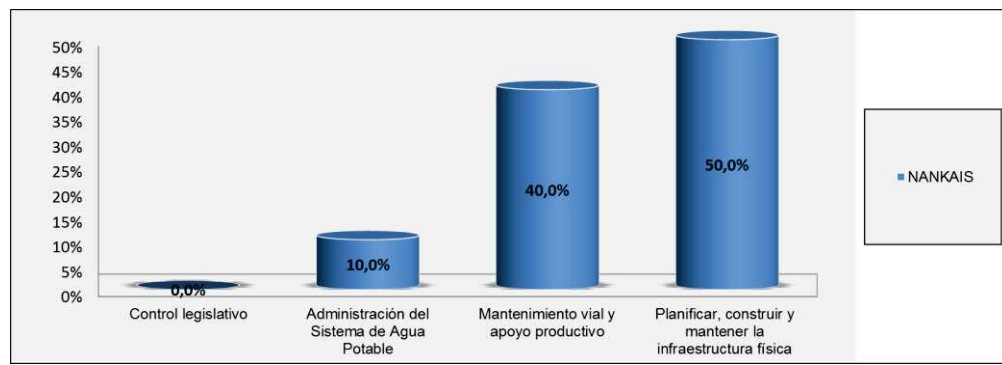
Mientras que el 57,1% de los habitantes de Nankais califica con 3 puntos al servicio y con un empate porcentual del 28,6% a las instalaciones y atención al usuario.

El 28,6% de los encuestados califica con 2 puntos a las instalaciones y con el 14,3% la atención al usuario.

Finalmente, la población de Nankais califica con 1 punto (lo peor) a las instalaciones que brinda el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

5. Según su criterio, ¿Cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Nankais

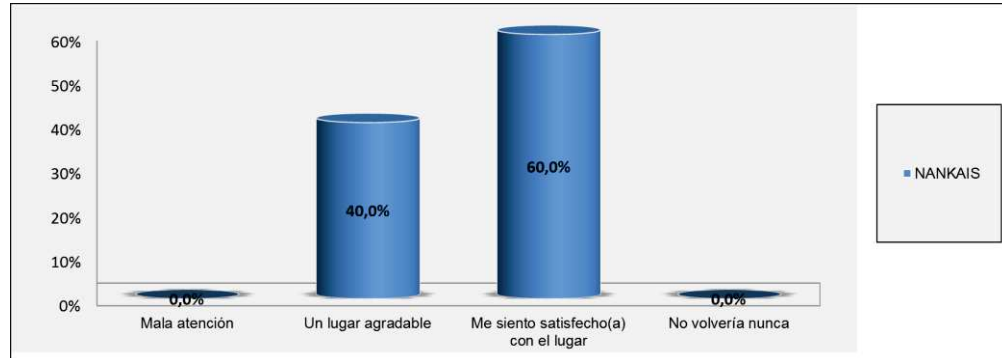


Se observa que el 50,0% de los encuestados afirma que el planificar, construir y mantener la infraestructura física son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 40,0% opina que es el mantenimiento vial y apoyo productivo; y, finalmente, el 10,0% consideró el servicio de la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Nankais



Como se muestra en la gráfica el 60,0% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar y un 40,0% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

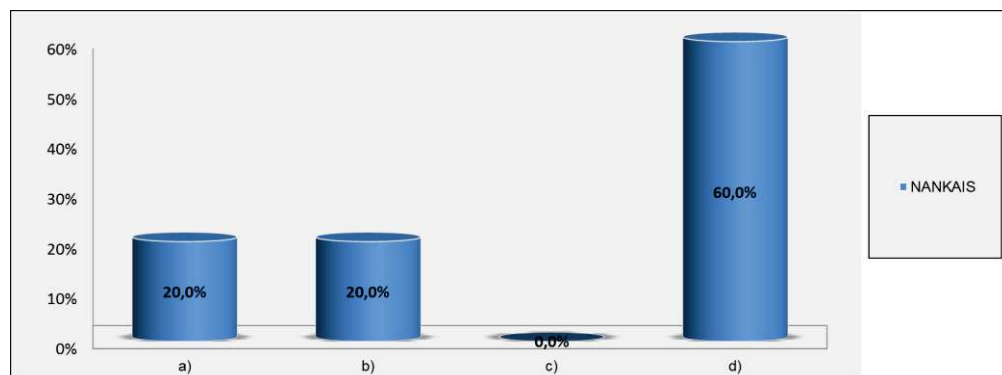


(c)



(d)

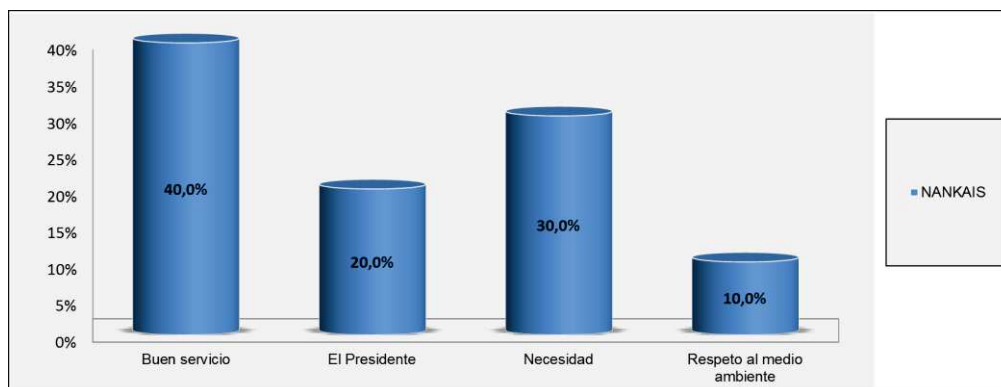
Pregunta 7-Nankais



El 60,0% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia y con un empate porcentual del 20,0% al escudo de la parroquia y la bandera del Ecuador.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Nankais



Los habitantes de la comunidad encuestada expresan con un 40,0% que se identifica con la característica de buen servicio al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 30,0% dice que es una necesidad, el 20,0% manifiesta que su principal característica es el presidente; y, finalmente, un porcentaje del 10,0% revela que es el respeto al medio ambiente.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 9, Nankais

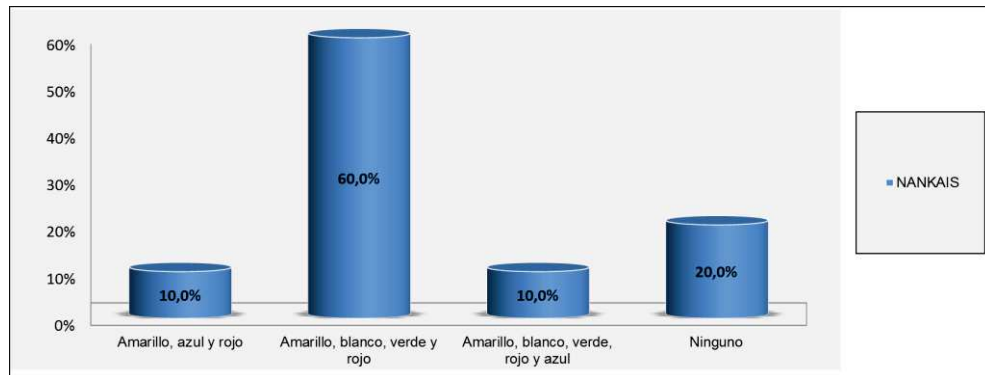


En esta pregunta, el 80,0% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es "Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de

desarrollo”; y, finalmente, con un porcentaje igualado del 10,0% los encuestados expresaron las opciones de “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible” y “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión ambiental”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Nankais

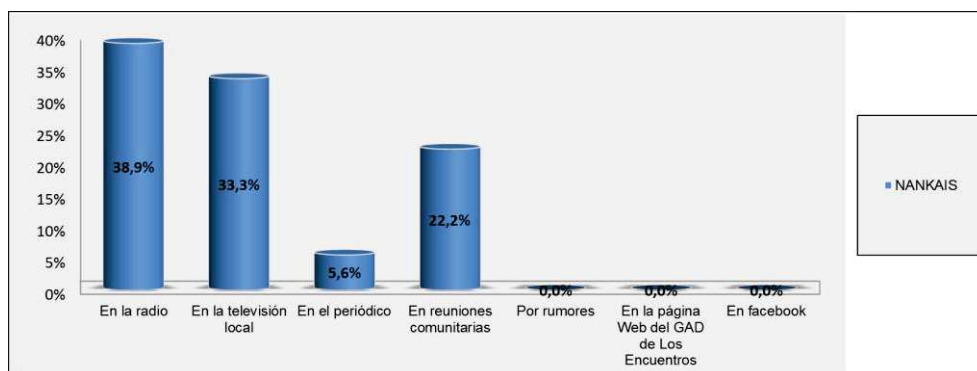


Se observa que el 60,0% de los habitantes de la comunidad Nankais identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo, blanco, verde y rojo; con un porcentaje del 20,0% no identifica a la entidad con ningún aspecto; y, finalmente, con un empate del 10% las opciones amarillo, azul y rojo, y los colores amarillo, blanco, verde, rojo y azul.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

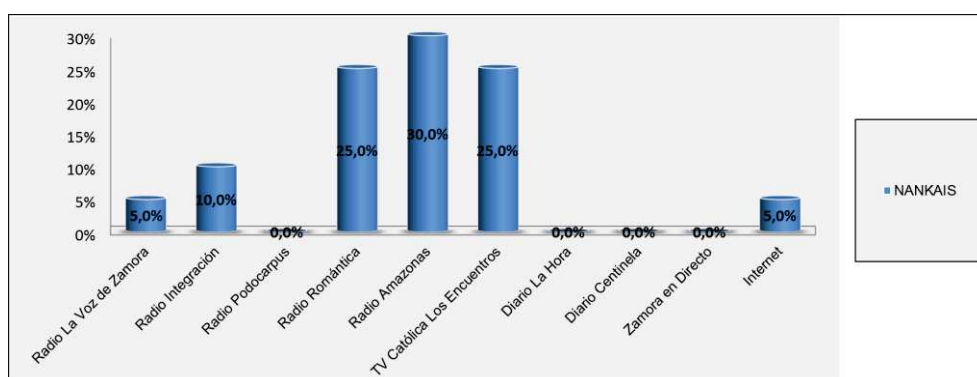
Pregunta 11, Nankais



Los datos reflejados según la opinión de los habitantes de Nankais, demuestran que el 38,9% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la radio, el 33,3% en la televisión local; mientras que el 22,2% de los encuestados se informa a través de reuniones comunitarias, y el 5,6% restante en el periódico.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Nankais

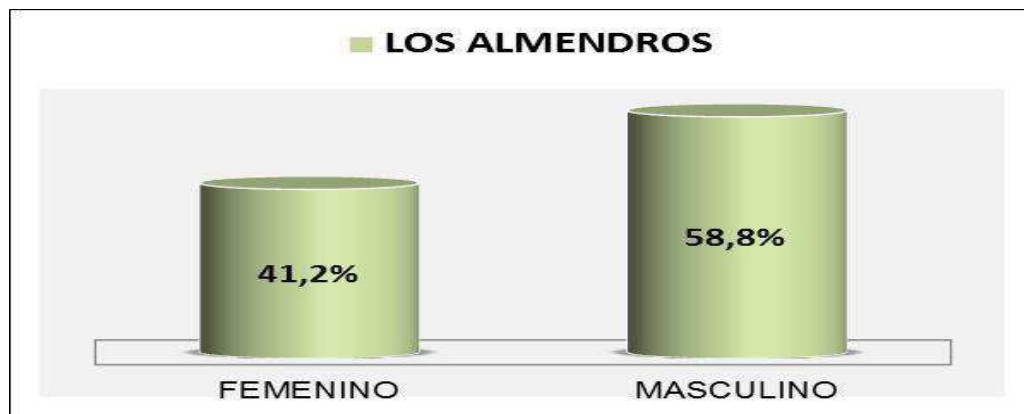


Según la opinión de los habitantes de la comunidad Nankais, el 30,0% prefiere Radio Amazonas, con un empate porcentual del 25,0% los encuestados eligieron a TV Católica Los Encuentros y Radio Romántica; el 10,0% expresó la selección por Radio Integración, y, finalmente, con el 5,0% de igualdad seleccionan los pobladores la Radio La Voz de Zamora y la Internet como medios de comunicación preferidos.

COMUNIDAD: LOS ALMENDROS

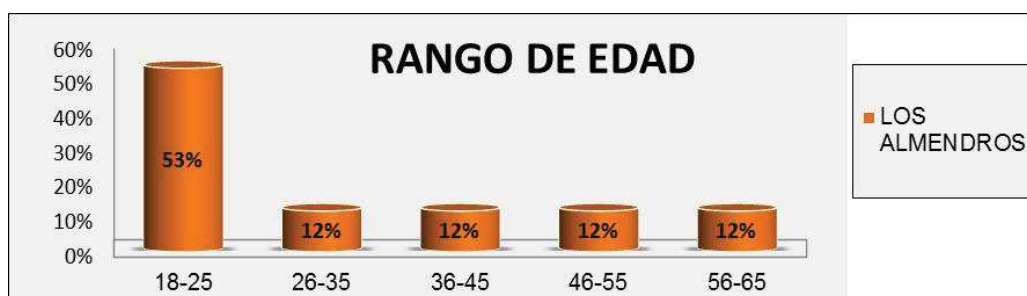
DATOS PERSONALES:

Género, Los Almendros



En la comunidad Los Almendros el 58,8% de las personas encuestadas pertenece al género masculino, y el 41,2% al género femenino.

Rango de edad, Los Almendros

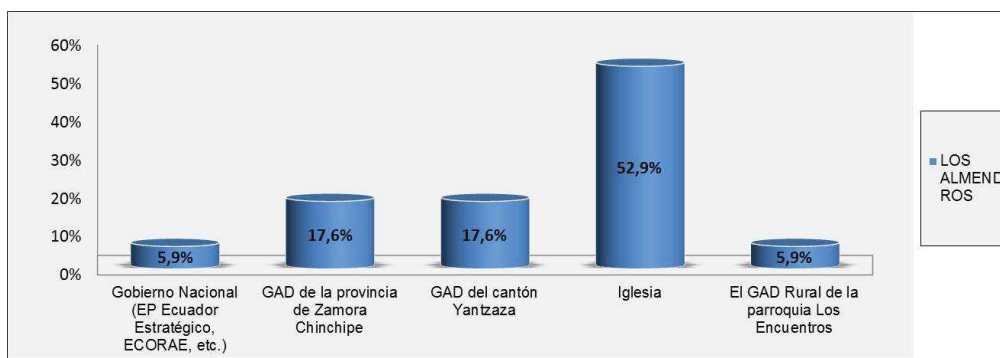


El 53,0% de personas encuestadas de la comunidad Los Almendros corresponde al rango de edad entre 18-25 años, con un empate del 12,0% las categorías de las edades desde el 26-35 hasta los 56-65 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

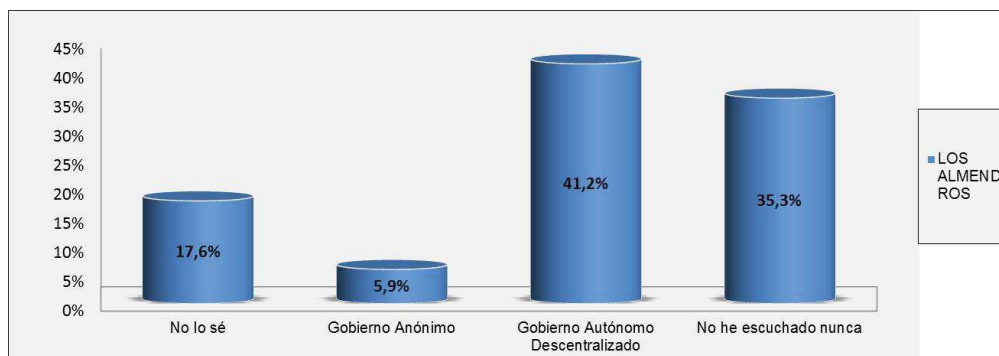
Pregunta 1, Los Almendros



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 52,9% de encuestados concurre con mayor frecuencia a la iglesia. Con empate porcentual del 17,6% los pobladores visitan al GAD provincial de Zamora Chinchipe y al GAD del cantón Yantzaza; mientras que el 5,9% acude al Gobierno Provincial, y con igual porcentaje el GAD Rural parroquial de Los Encuentros.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

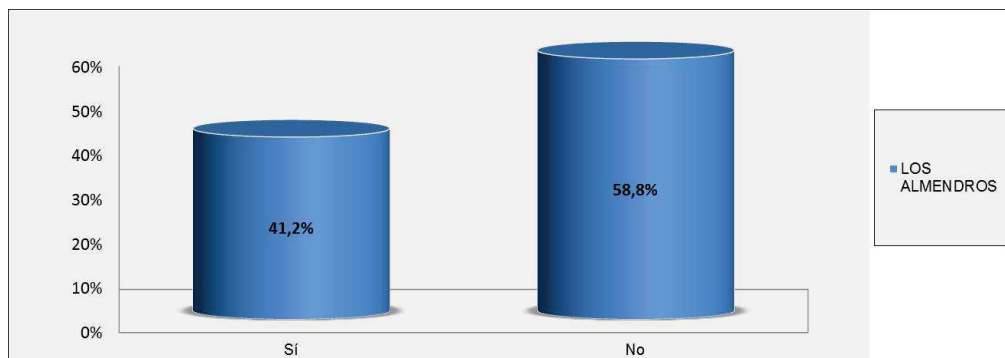
Pregunta 2, Los Almendros



En este gráfico el 41,2% de personas respondió que sí conoce el significado de GAD, el 35,3% señala que no ha escuchado nunca, mientras que el 17,6% expresó que no lo sabe, y en último lugar con el 5,9% los encuestados dijeron que significaba Gobierno Anónimo.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

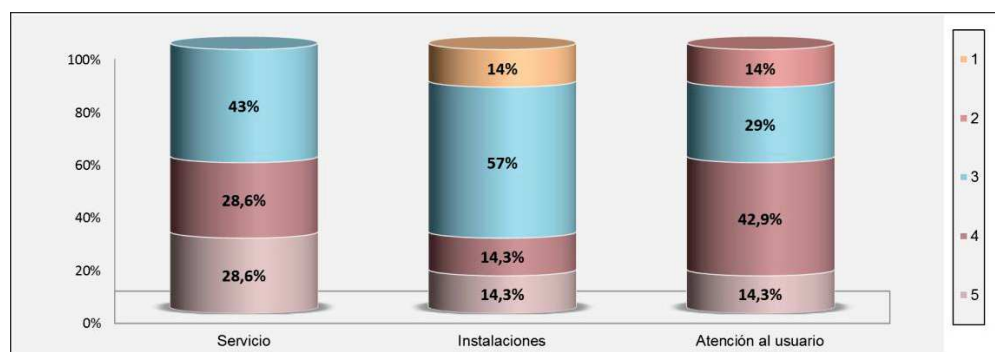
Pregunta 3, Los Almendros



El 58,8% de los habitantes de la comunidad Los Almendros dice que ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 41,2% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Los Almendros



Se observa en el gráfico que el 28,6% de los habitantes encuestados califica con 5 puntos (lo mejor) al servicio, el 14,3% a las instalaciones y con igual porcentaje la atención al usuario.

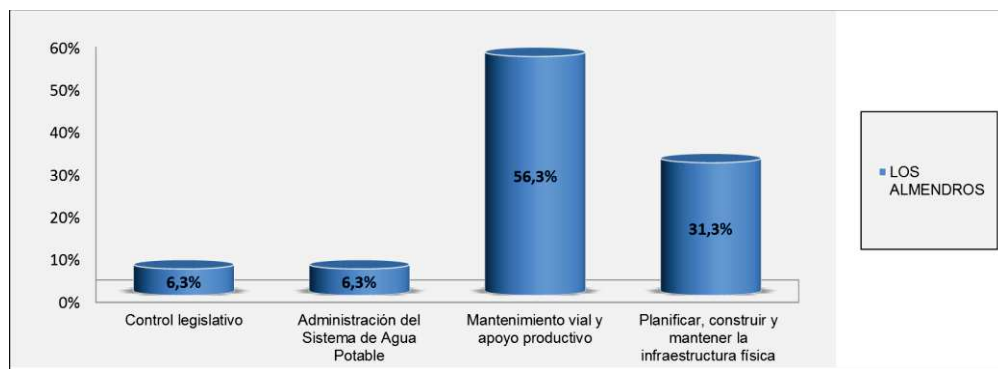
El 42.9% de los encuestados califica con 4 puntos la atención al usuario, en segundo lugar el servicio con 28,6%, y en último puesto las instalaciones con el 14,3%.

Mientras que el 57,0% de los habitantes de Los Almendros califica con 3 puntos a las instalaciones; con el 43,0% al servicio, y el 29,% la opción de atención al usuario.

Además, el 14,0% califica con 2 puntos la atención al usuario; y, finalmente, con el 14,0% los encuestados califican con 1 punto (lo peor) a las instalaciones.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Los Almendros

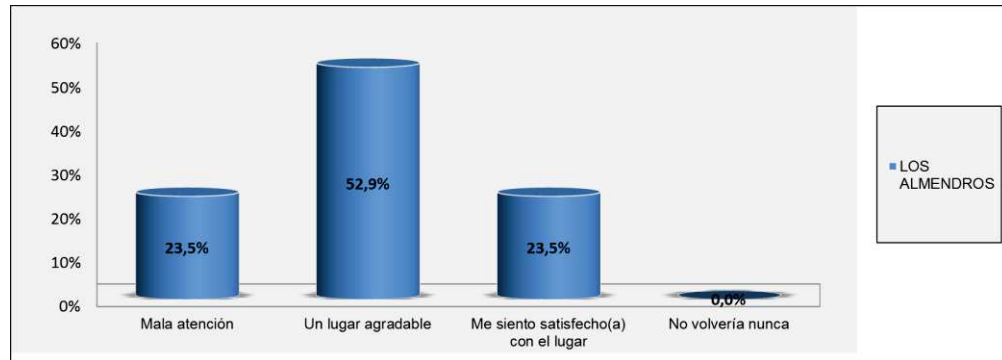


Se observa que el 56,3% de los encuestados afirma que el mantenimiento vial y apoyo productivo son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 31,3% señala que planificar, construir y mantener la infraestructura física, es el servicio que ofrece, y con un empate porcentual el 6,3% consideró las opciones Control Legislativo y la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Los Almendros



Como se muestra en la gráfica el 52,9% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, el 23,5% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar; y el 23,5% manifiesta que identifica al GAD con mala atención.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

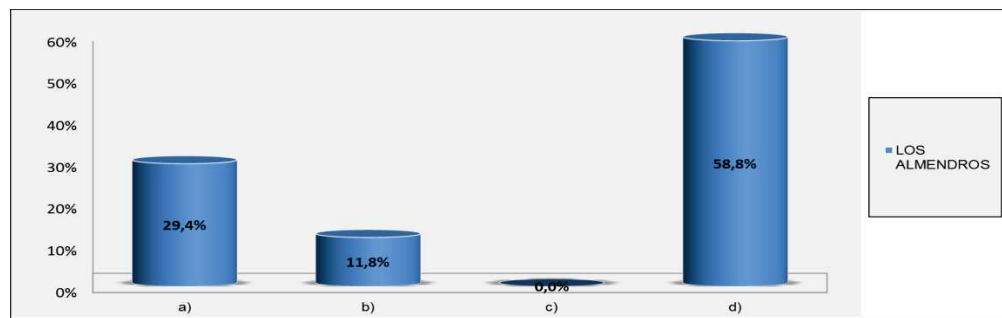


(c)



(d)

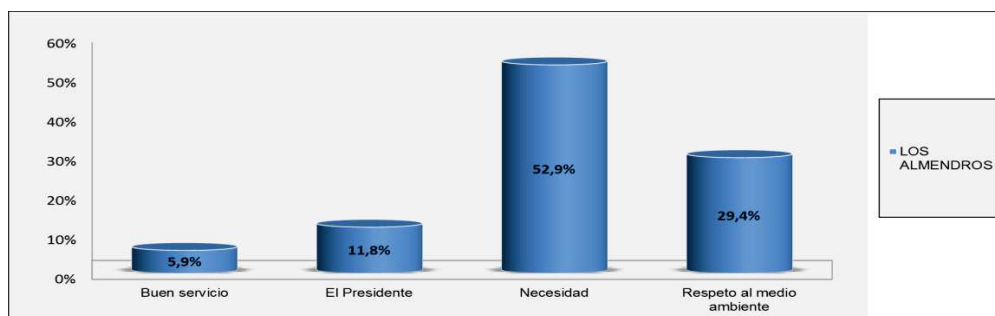
Pregunta 7, Los Almendros



El 58,8% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, en segundo lugar, se ubica el escudo de la parroquia con el 29,4%, y el restante 11,8% señala la bandera del Ecuador.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Los Almendros



Los habitantes de la comunidad de Los Almendros, expresan que el 52,9% se identifica con la característica de Necesidad al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros; el 29,4% revela que es respeto al medio ambiente, mientras que el 11,8% manifiesta que su principal característica es el presidente, y la opción del buen servicio ocupa el 5,9% de aceptación en los encuestados.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

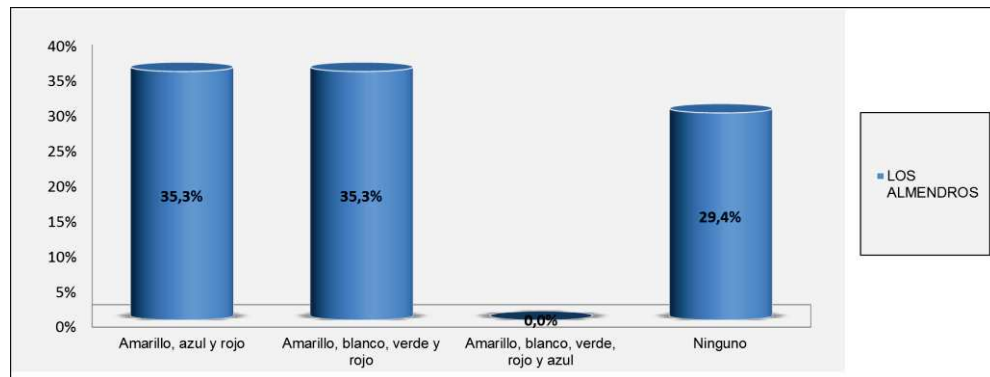
Pregunta 9, Los Almendros



En esta pregunta el 88,2% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”. El 5,9% se inclina por “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”, y “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Los Almendros

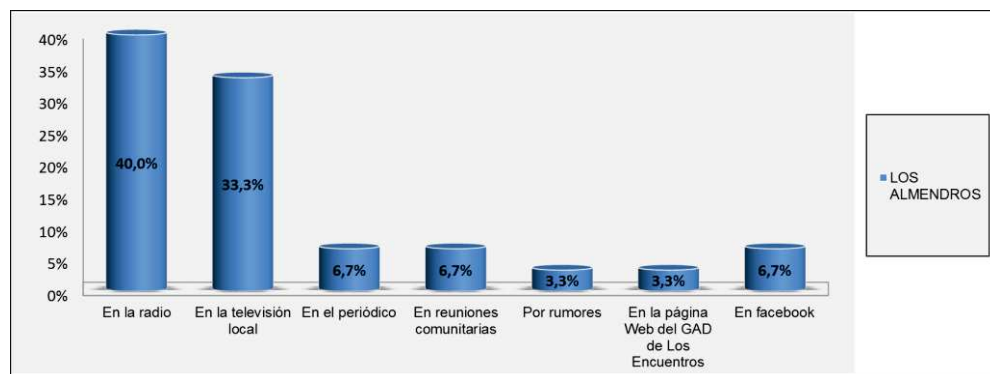


Se observa un empate porcentual del 35,3% en las opciones primera (amarillo, azul y rojo) y la segunda (amarillo, blanco, verde y rojo); y el 29,4% dijo que no identificaba con ningún color al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

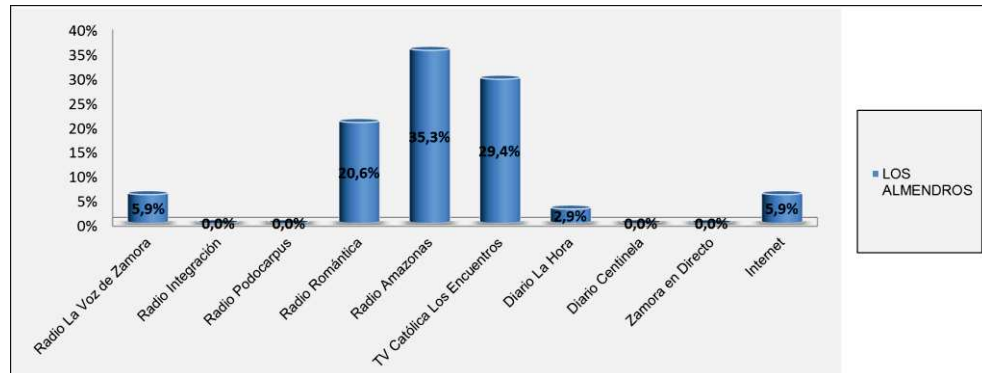
Pregunta 12, Los Almendros



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad Los Almendros, demuestran que un 40,0% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la radio, el 33,3% en la televisión local; con el 6,7% a través de reuniones comunitarias, y con el mismo porcentaje se encuentran el periódico y Facebook. Finalmente, el 3,3% se entera del trabajo del GAD, por rumores y el periódico.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 13, Los Almendros

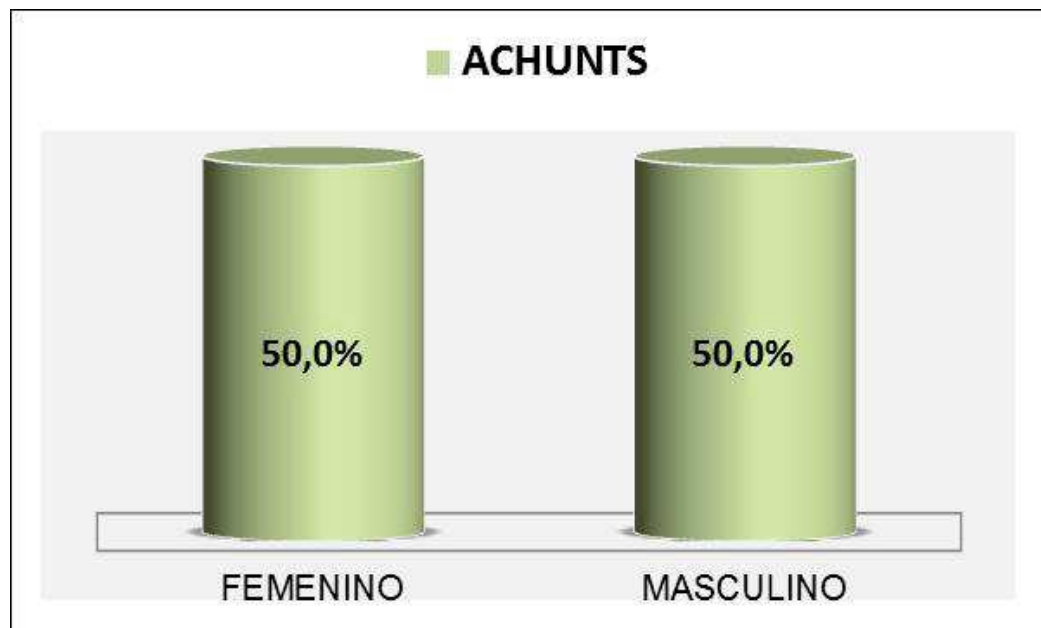


Según la opinión de los habitantes de Los Almendros, el 35,3% prefiere Radio Amazonas, en segundo puesto se ubica TV Católica Los Encuentros con el 29,4%; el tercer lugar (20,6%) de preferencia ocupa Radio Romántica. Con un empate del 5,9% los encuestados escogen a la Radio La Voz de Zamora e Internet como medios de comunicación predilectos.

COMUNIDAD: ACHUNTS

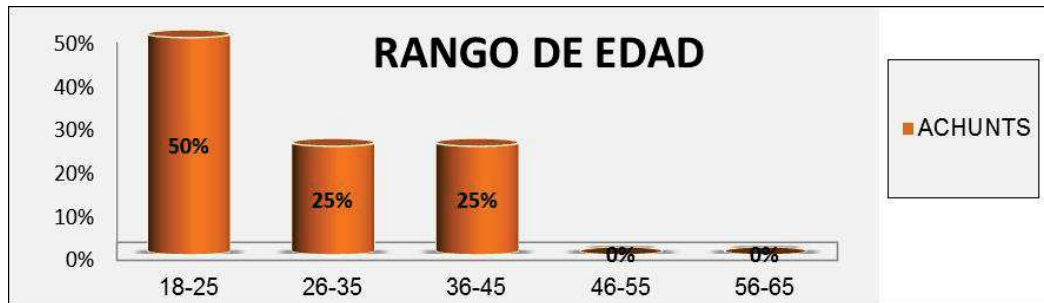
DATOS PERSONALES:

Género, Achunts



En la comunidad Achunts, el 50,0% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y con el mismo porcentaje al género masculino.

Rango edad, Achunts

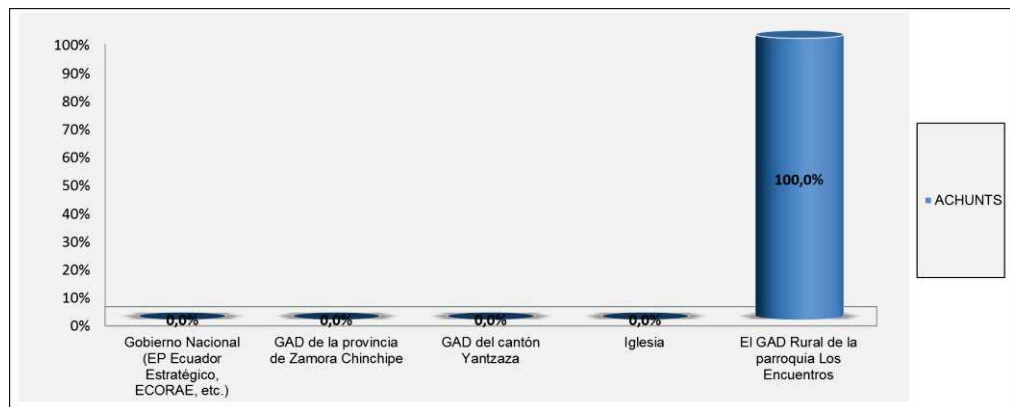


El 50,0% de personas encuestadas de la comunidad Achunts corresponde al rango de edad entre 18-25 años, y con un empate del 25,0% las edades comprendidas de 26-35 y 36-45 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

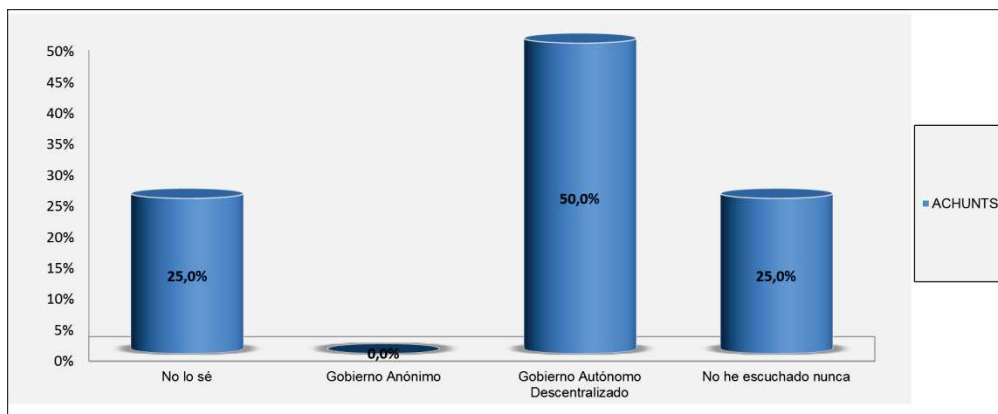
Pregunta 1, Achunts



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 100% de encuestados concurre con frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

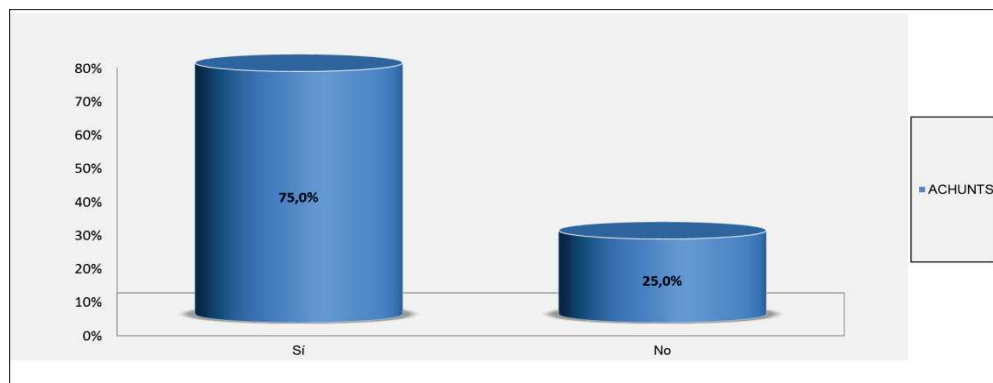
Pregunta 2, Achunts



En este gráfico el 50,0% respondió que sí conoce lo que significa GAD; el 25,0% señala que no ha escuchado nunca, y con el mismo 25,0% manifiesta que no sabe.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

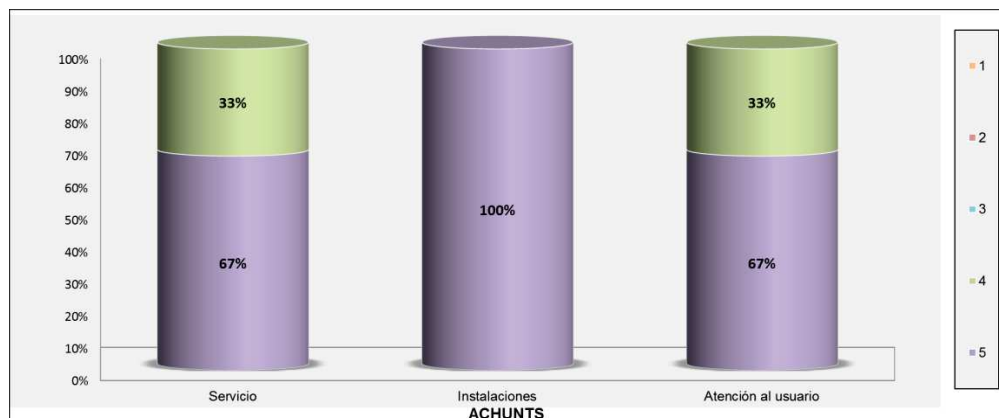
Pregunta 3, Achunts



El 75,5% de los habitantes de la comunidad Achunts dice que sí visita las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 25,0% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Achunts

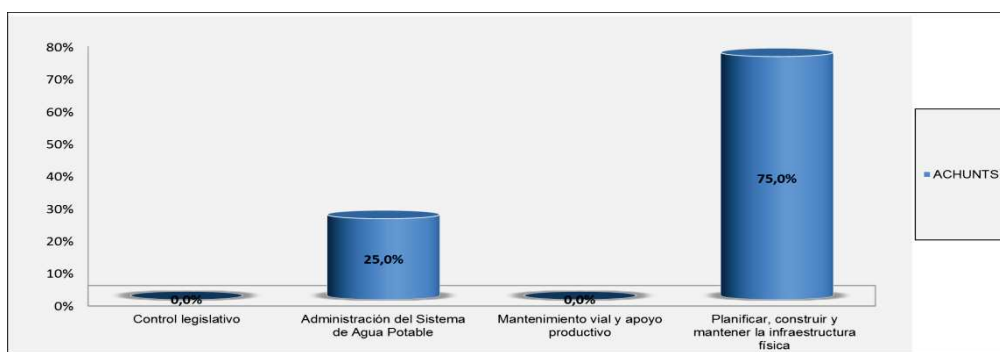


El 100% de los encuestados califica con 5 puntos (lo mejor) a las instalaciones, el 67,0% al servicio y atención al usuario.

Con una igualdad del 33,3% los pobladores califican con 4 puntos al servicio y atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿Cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Achunts

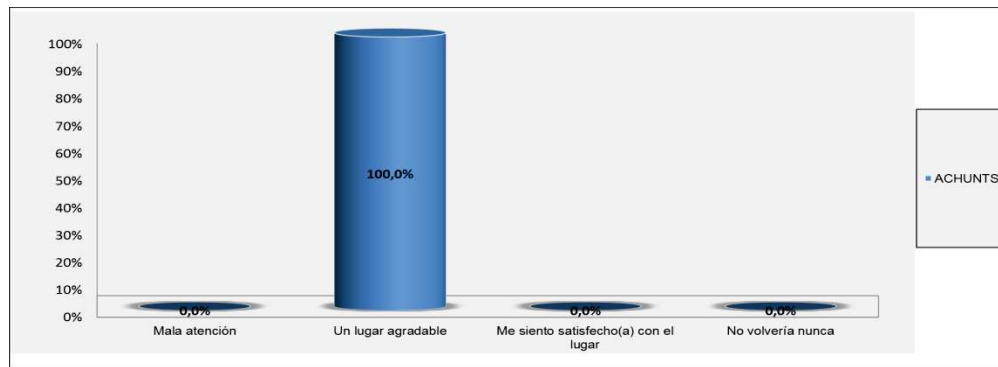


Se observa que el 75,0% de los encuestados señala que planificar, construir y mantener la infraestructura física es el servicio que ofrece el GAD parroquial; mientras que el restante 25,0% considera la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Achunts



El 100% de los encuestados de la comunidad Achunts identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros como un lugar agradable.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

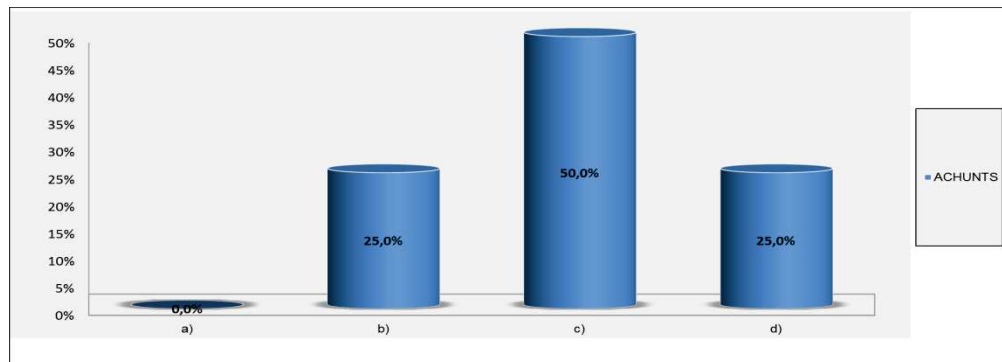


(c)



(d)

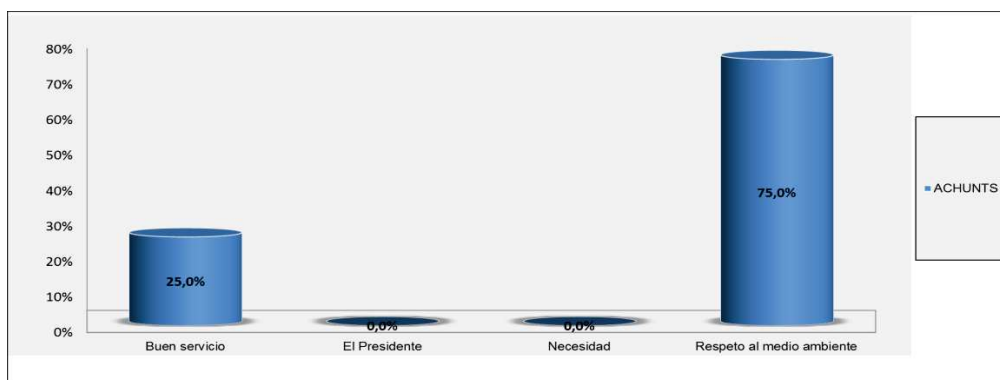
Pregunta 7, Achunts



El 50,0% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la bandera de la parroquia, con el 25,0% a la bandera del Ecuador y con el mismo porcentaje la gente opta por la iglesia.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

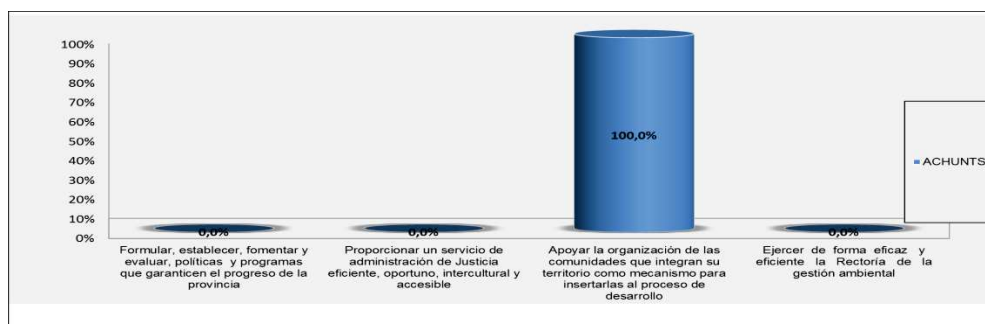
Pregunta 8, Achunts



Los habitantes de Achunts expresan que el 75,0% se identifica con la característica de respeto al medio ambiente al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros; y el 25,0% elige al buen servicio como característica importante que tiene el GAD.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

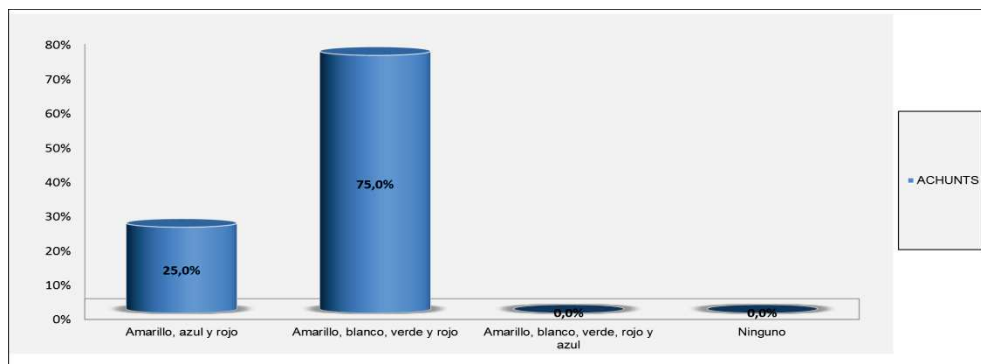
Pregunta 9, Achunts



En esta pregunta el 100% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Achunts



Se observa que un 75,0% de los habitantes de la comunidad Achunts, identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo, blanco, verde y rojo; y el 25,0% de encuestados opta por el amarillo, azul y rojo.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

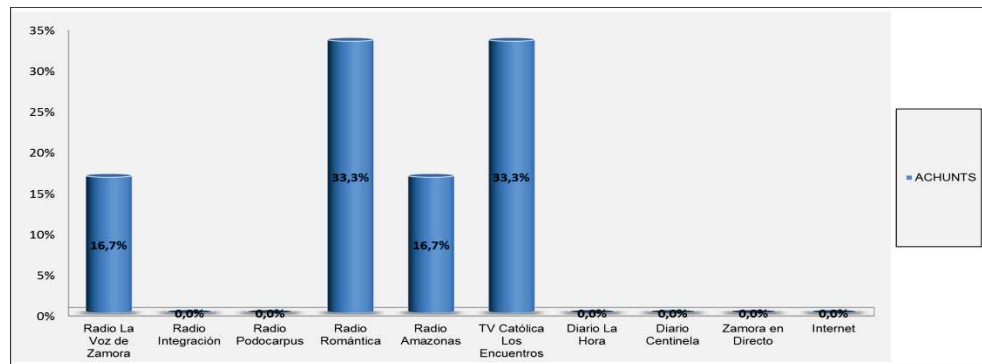
Pregunta 11, Achunts



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad Achunts, elige con el 75,0% a la televisión local y el 25,0% dice que la radio es el medio de comunicación que se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

12. ¿Cuál medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Achunts

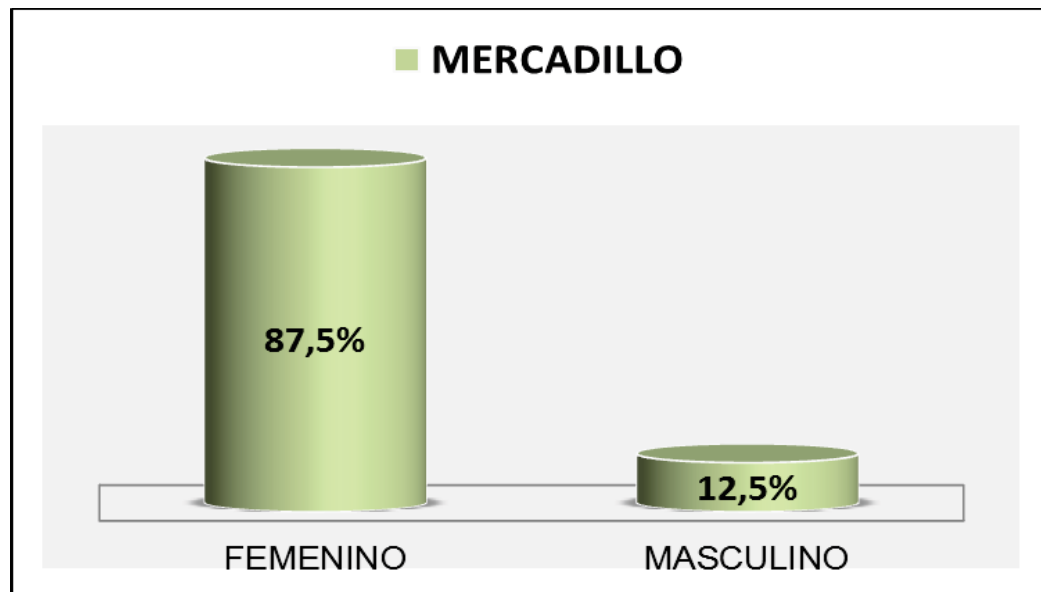


Según la opinión de los habitantes de la comunidad de Achunts, el 33,3% prefiere TV Católica Los Encuentros, y con igual porcentaje Radio Romántica; mientras que el 16,7% opta por las radios Amazona y La Voz de Zamora como su medio de comunicación preferido.

COMUNIDAD: ALONSO DE MERCADILLO

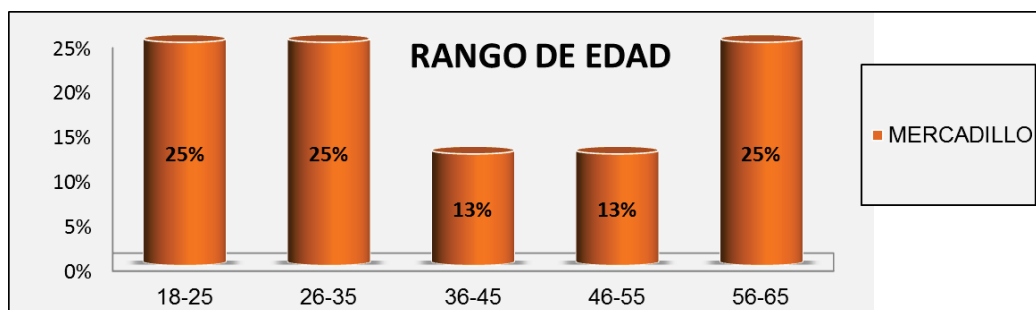
DATOS PERSONALES:

Género, Alonso de Mercadillo



En la comunidad Mercadillo el 87,5% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y el 12,5% al género masculino.

Rango de edad, Alonso de Mercadillo

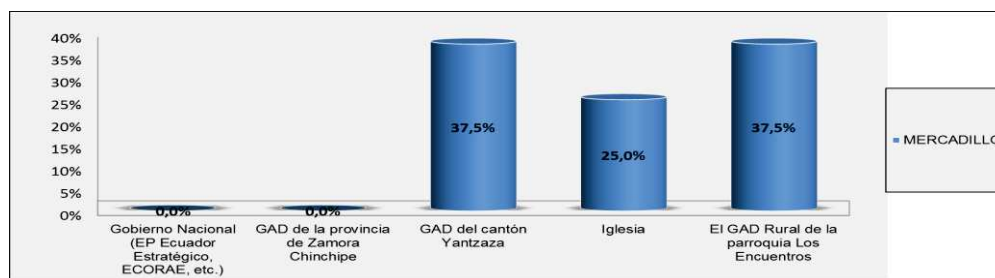


El 25,0% de personas encuestadas de la comunidad Mercadillo corresponde al rango de edad entre 18-25 años, otro 25,0% a las edades de 26-35 años y con el mismo porcentaje al rango de edad de 56-65 años. Mientras que con un empate del 13,0% se encuentran las categorías de las edades de 36-45 y 46-55 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

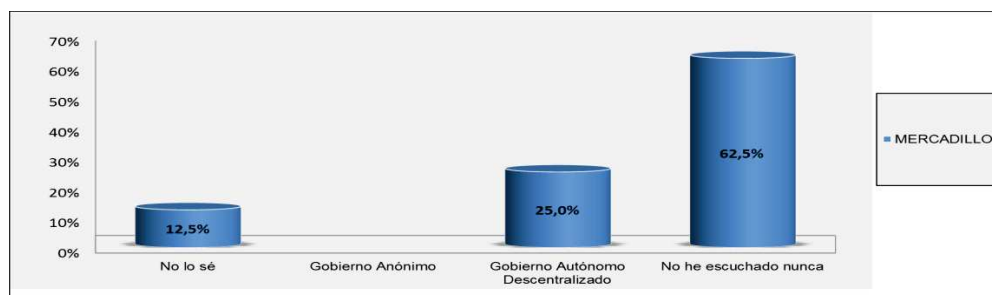
Pregunta 1, Alonso de Mercadillo



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 37,5% de encuestados concurre con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros y con el mismo porcentaje los habitantes visitan al GAD cantonal de Yantzaza; y, finalmente, 25,0% manifestó que asisten a la iglesia con periodicidad.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

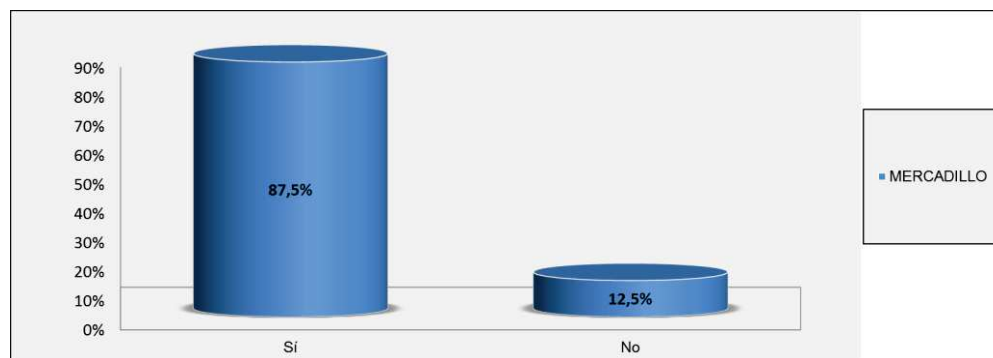
Pregunta 2, Alonso de Mercadillo



En este gráfico el 62,5% de personas señala que no ha escuchado nunca el significado de GAD, el 34,8% respondió que sí conoce, mientras que el 13,0% manifiesta que no sabe lo que es GAD.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

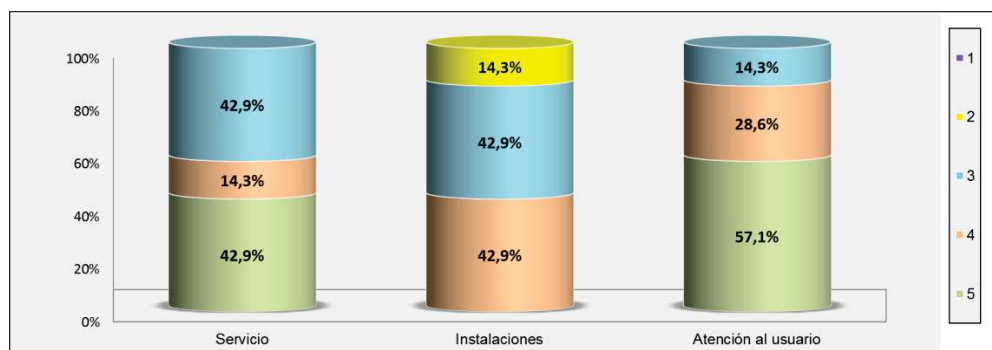
Pregunta 3, Alonso de Mercadillo



El 87,5% de los habitantes de la comunidad Alonso de Mercadillo respondió que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros; en cambio, el 12,5% no lo ha hecho.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Alonso de Mercadillo



Se observa en el gráfico que el 57,1% de los habitantes encuestados califica con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario y el 42,9% al servicio.

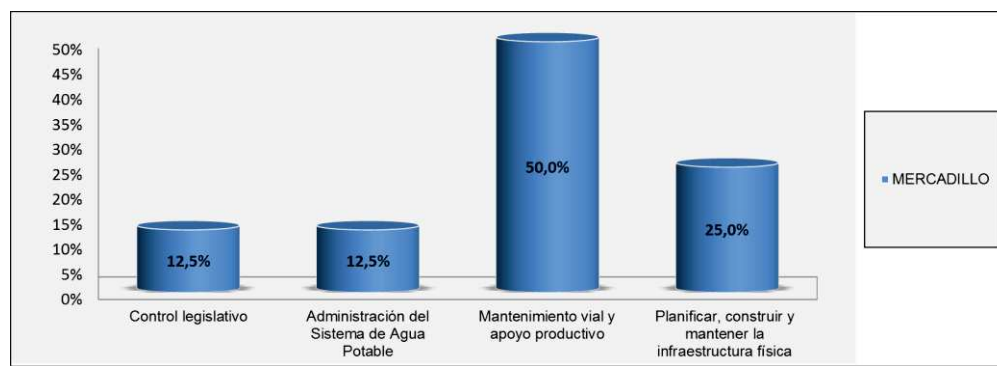
El 42,9% de los encuestados califica con 4 puntos las instalaciones, en segundo lugar la atención al usuario con 28,6% y en último puesto con el 14,3% corresponde el servicio que brinda el GAD.

Mientras que el 42,9% de los habitantes de Alonso de Mercadillo califica con 3 puntos al servicio y las instalaciones con el 14,3% la opción de atención al usuario.

Finalmente, el 14,3% de encuestados califica con 2 puntos a las instalaciones.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Alonso de Mercadillo



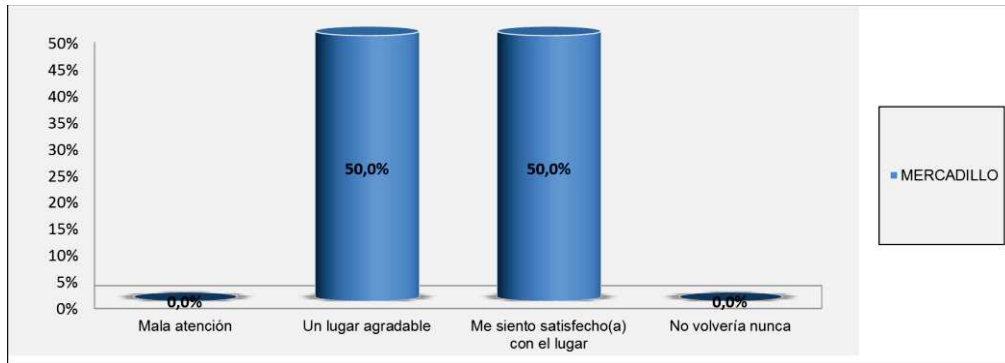
Se observa que el 50,0% de los encuestados afirma que el mantenimiento vial y apoyo productivo son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 25,0% señala que planificar, construir y mantener la infraestructura física es el servicio que entrega; y con un igual porcentaje el

12,5% consideró a los servicios de control legislativo y la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Alonso de Mercadillo



Como se muestra en la gráfica el 50,0% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, y el otro 50,0% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

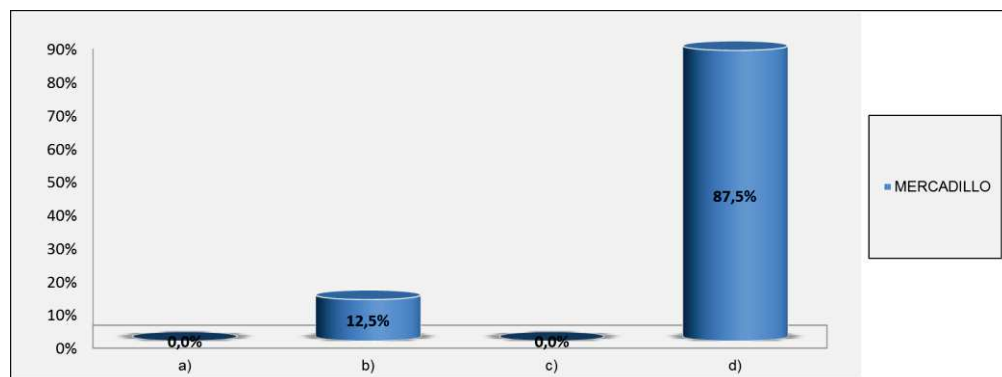


(c)



(d)

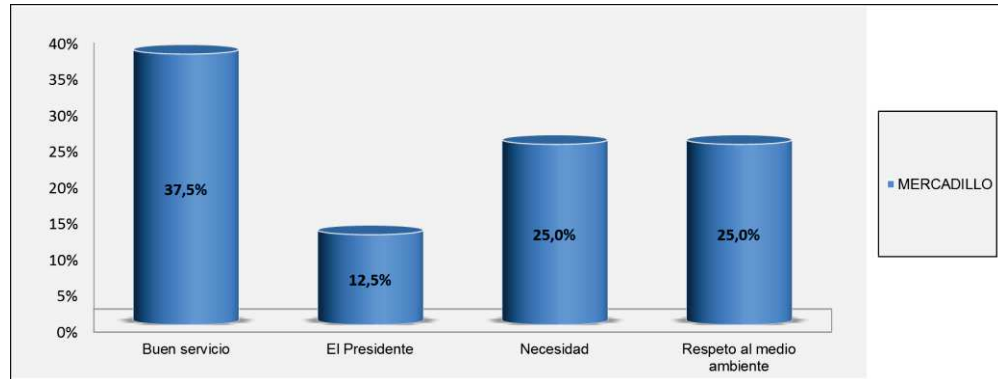
Pregunta 7, Alonso de Mercadillo



El 87,5% de encuestados de la comunidad Alonso de Mercadillo identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia y el 12,5% restante con la bandera del Ecuador.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Alonso de Mercadillo



Los habitantes de la comunidad Alonso de Mercadillo expresan con el 37,5% que se identifican con la característica de buen servicio al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, con un igual porcentaje del 25,0% se encuentra la opción necesidad y el respeto al medio ambiente; y, finalmente, el 12,5% de encuestados manifestó que era el presidente una de su principal característica de identificación del GAD.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 9, Alonso de Mercadillo

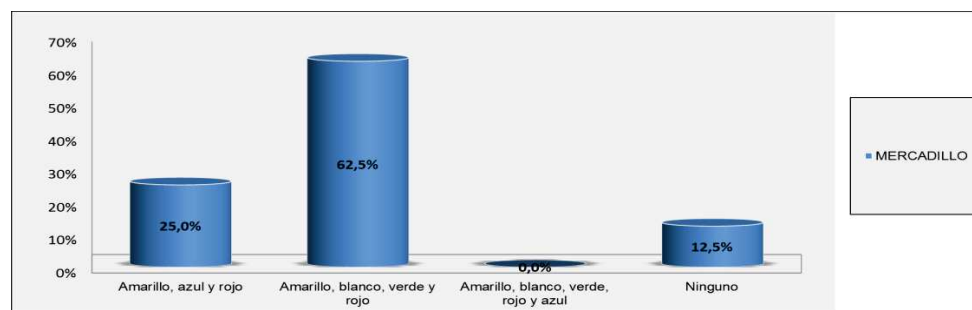


En esta pregunta el 57,1% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural De la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades

que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, y con empate porcentual del 14,3% los encuestados dieron al resto de las misiones: “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”, “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible” y “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de la Gestión Ambiental”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Alonso de Mercadillo

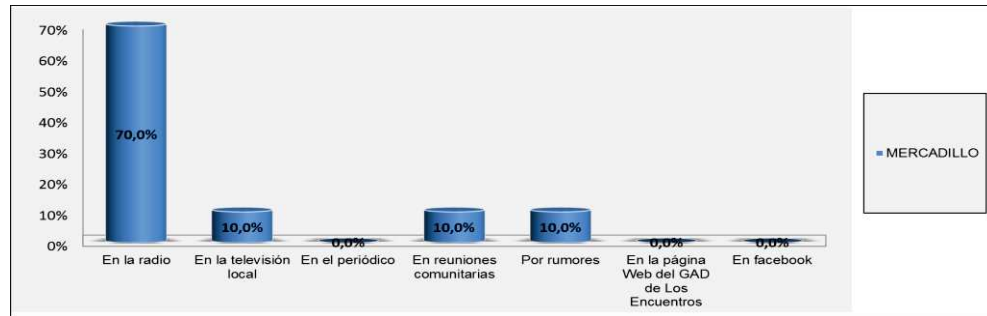


Se observa que el 62,5% de los habitantes de la comunidad encuestada identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo, blanco, verde y rojo; con un porcentaje del 25,0% la opción primera (amarillo, azul y rojo) y el 12,5% de los habitantes dijo que no identifica al GAD parroquial con ningún color.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

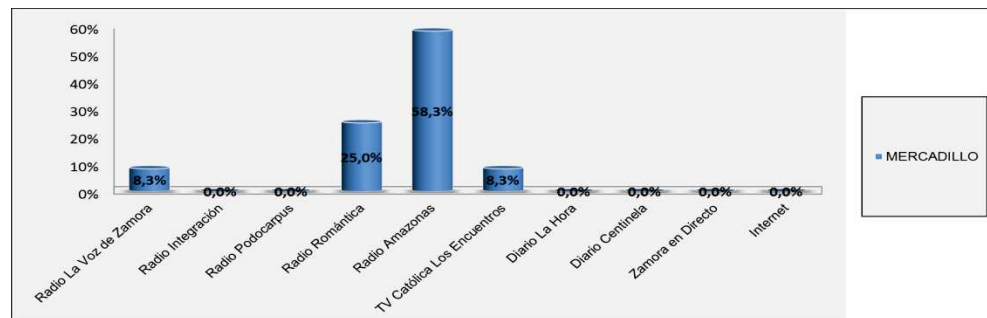
Pregunta 11, Alonso de Mercadillo



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad Alonso de Mercadillo, el 70,0% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la radio. Otros con el 10,0% escogen a la televisión local, y con un mismo porcentaje del 10% los habitantes dicen que se enteran del trabajo de la institución a través de reuniones comunitarias y por rumores.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Alonso de Mercadillo

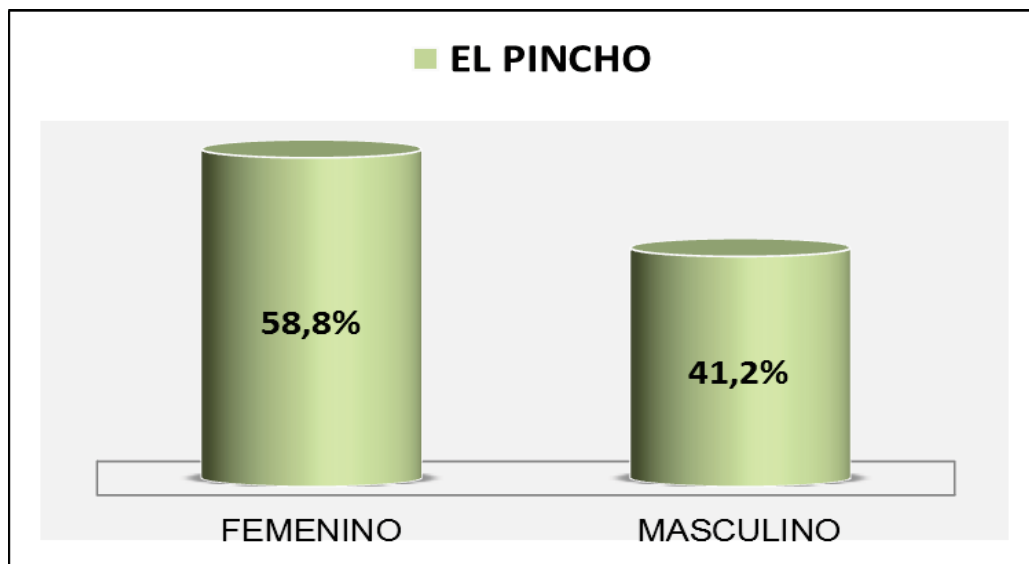


Según la opinión de los pobladores encuestados de esta comunidad, el 58,3% elige a Radio Amazonas como su preferida. El 15,0% escoge a Radio Romántica; y con igual porcentaje del 8,3% los habitantes optan por TV Católica Los Encuentros y Radio La Voz de Zamora.

COMUNIDAD: EL PINCHO

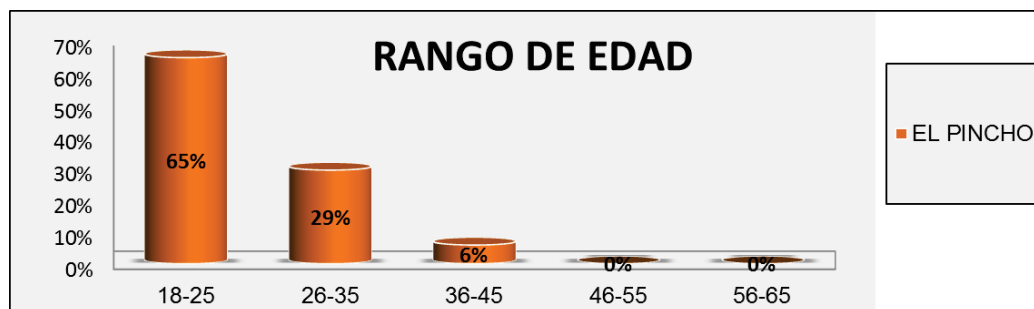
DATOS PERSONALES:

Género, El Pincho



En la comunidad El Pincho el 58,8% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, mientras que el 41,2% fue para el masculino.

Rango de edad, El Pincho

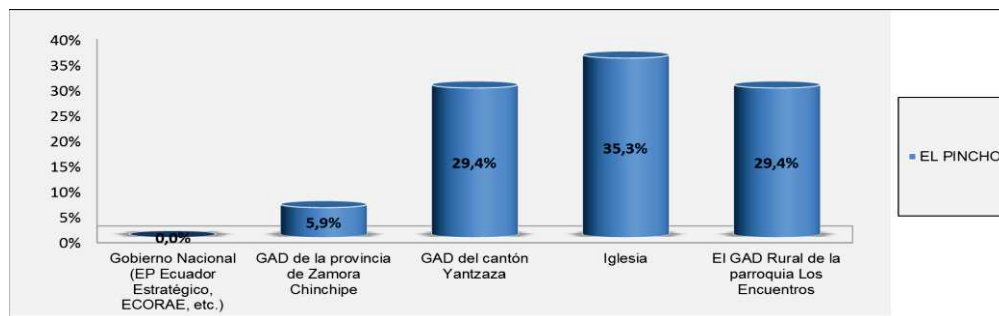


El 65% de personas encuestadas de la comunidad El Pincho corresponde al rango de edad entre 18-25 años, mientras que un 29% son de 26-35 años, y con un 6% a la categoría de 36-45 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

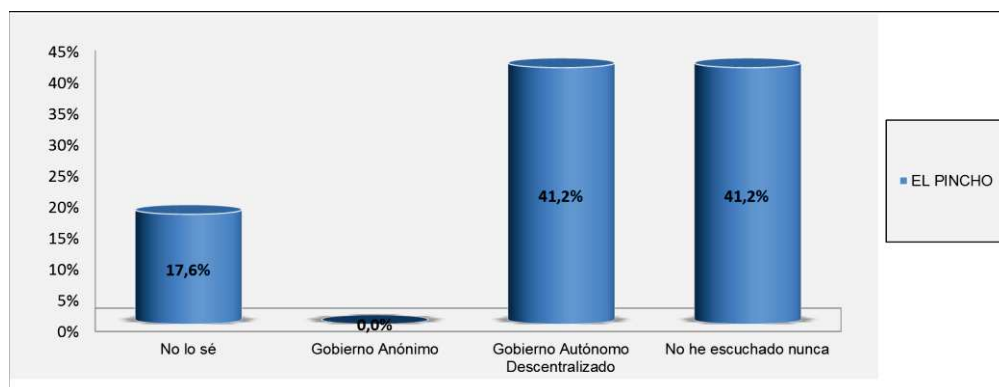
Pregunta 1, El Pincho



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 35,3% asiste con mayor frecuencia a la Iglesia, un 29,4% acude al GAD Rural parroquial de Los Encuentros, y con igual porcentaje (29,4%) visita al GAD del cantón Yantzaza; mientras que un 5,9% visita al GAD de la provincia de Zamora Chinchipe.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

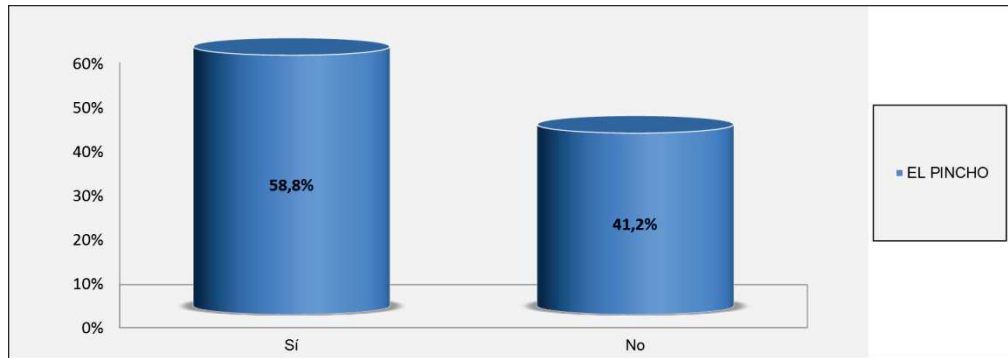
Pregunta 2, El Pincho



En este gráfico el 41,2% de personas sabe lo que significa GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado), el 41,2% manifiesta que no ha escuchado nunca, y el 17,6% no sabe lo que es GAD.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

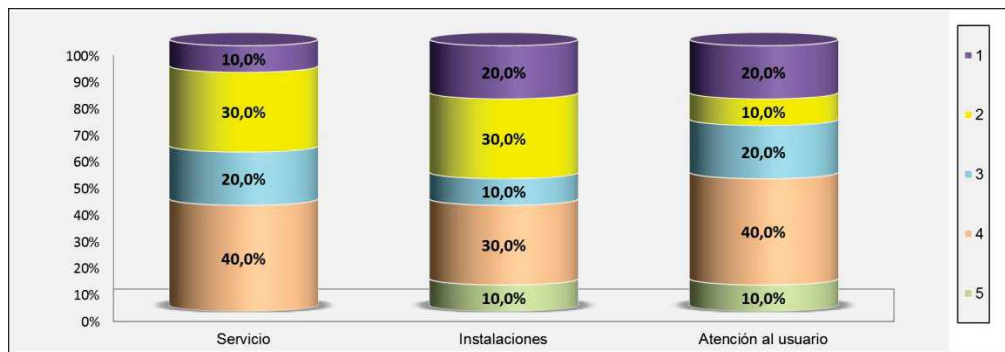
Pregunta 3, El Pincho



El 58,8% de los habitantes de la comunidad El Pincho ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 41,2% no lo ha hecho.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, El Pincho

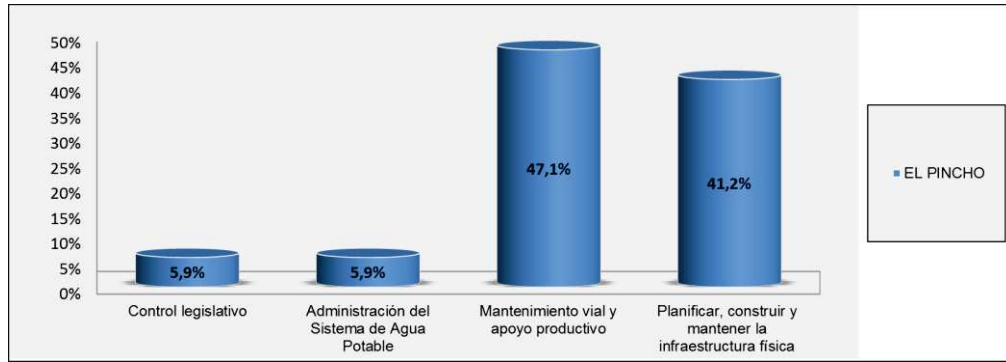


El 10% de los habitantes de esta comunidad califica con 5 puntos (lo mejor) a las instalaciones y atención al usuario del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Mientras que el 40% de los encuestados califica con 4 puntos al servicio y atención al usuario, y el 30% se refiere a las instalaciones. Con el 20% los habitantes de El Pincho califica con 3 puntos al servicio y atención al cliente, mientras que con el 10% a las instalaciones. El 30% de los

encuestados califica con 2 puntos al servicio e instalaciones y el 10% se refiere a la atención al usuario. Finalmente, el 20% califica con un punto (lo peor) a las instalaciones y atención al usuario y obtiene un 10% el servicio.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, El Pincho

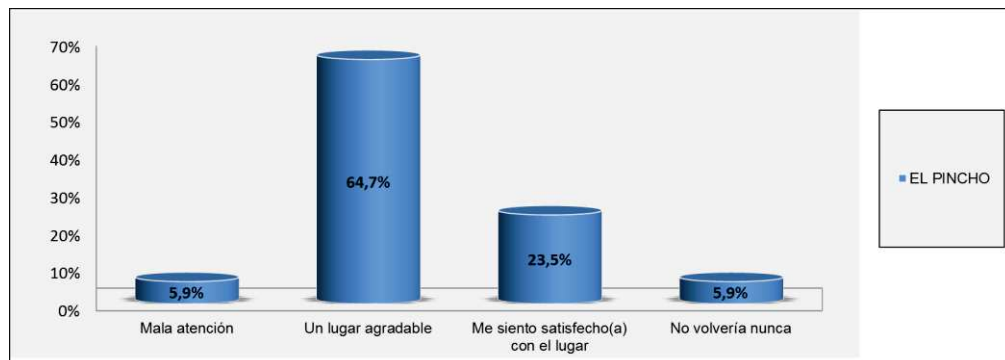


Esta gráfica señala que el 47,1% de los encuestados dice que el mantenimiento vial y apoyo productivo son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 41,2% afirma que planificar, construir y mantener la infraestructura física es el servicio que brinda, y el 5,9% dice que realiza control legislativo y administra el sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, El Pincho



Como se muestra en la gráfica el 64,7% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, el 23,5% dice que se siente satisfecho(a) con el lugar, y el 5,9% manifiesta que no volvería nunca y le recuerda a una mala atención.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

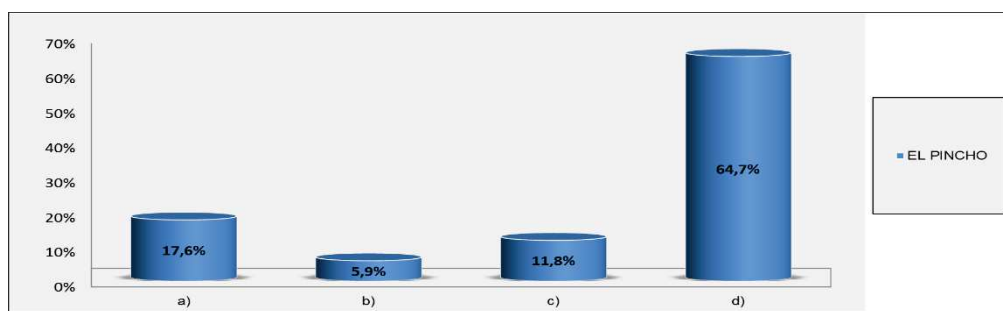


(c)



(d)

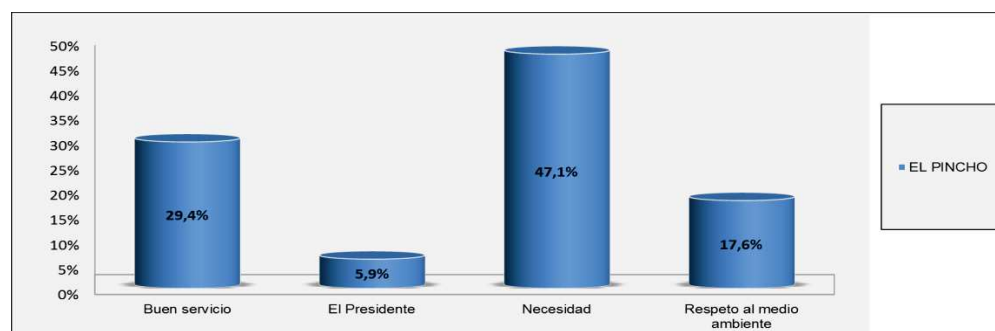
Pregunta 7, El Pincho



El 64,7% de los habitantes de esta comunidad identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, un 17,6% y 11,8% dice con el escudo y la bandera de la parroquia respectivamente; en cambio el 5,9% lo identifica con la bandera tricolor.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, El Pincho



Los habitantes de la comunidad de El Pincho expresan con el 47,1% que es una necesidad el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 29,4% tiene la característica de buen servicio, un 17,6% dice que su principal característica es el respeto al medio ambiente; y, finalmente, el 5,9% manifiesta que es el presidente de esta entidad.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

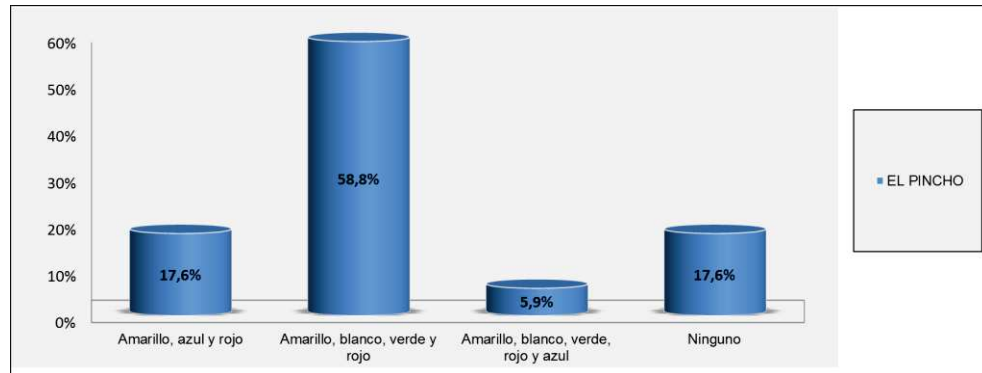
Pregunta 9, El Pincho



En esta pregunta el 58,8% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, el 17,6% expresó la opción “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión Ambiental”, y con el mismo porcentaje señaló sobre “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”; y, finalmente, el 5,9% de los encuestados opinó que la misión del GAD es “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, El Pincho

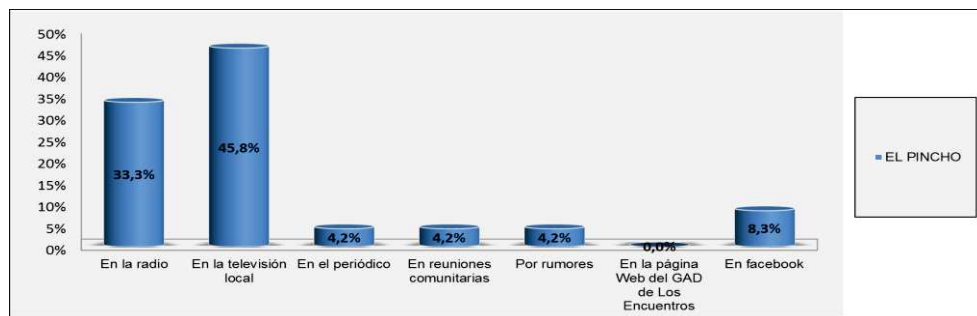


Se observa que un 58,8% de los habitantes de la comunidad El Pincho, identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo, blanco, verde y rojo; con el porcentaje del 17,6% empatan las opciones amarillo, azul y rojo, y los que no identifican a la entidad con ningún color; mientras que el 5,9% eligieron el amarillo, blanco, verde y azul con los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

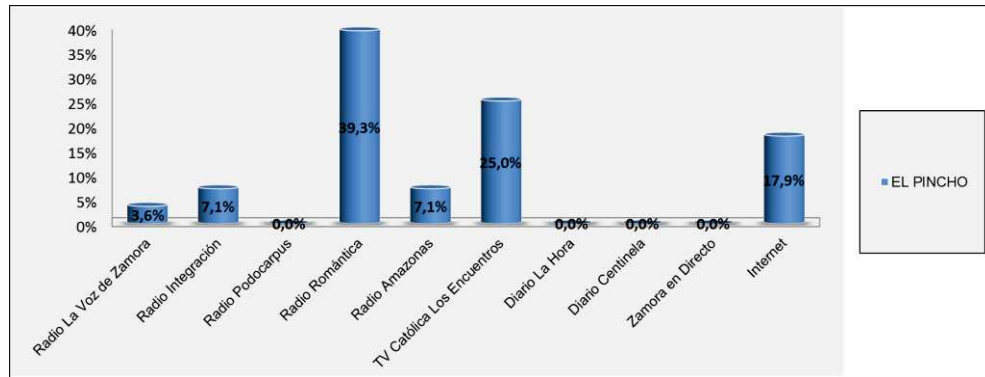
Pregunta 11, El Pincho



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad El Pincho demuestran que el 45,8% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local, el 33,3% en la radio, el 8,3% a través de la red social Facebook; y, finalmente, el 4,2% se informa a través de reuniones comunitarias, por rumores y el periódico.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, El Pincho

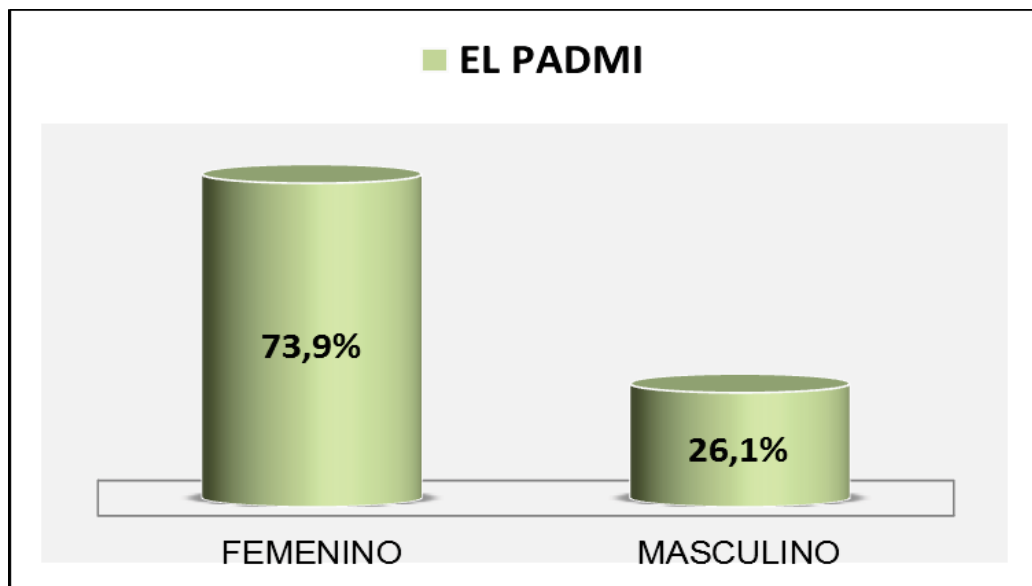


Según la opinión de los habitantes de la comunidad El Pincho, el 39,3% prefiere Radio Romántica, el 35% la TV Católica Los Encuentros, el 17,9% Internet; con el empate del 7,1% los encuestados optan por las radios Integración y Amazonas; y, finalmente, con el 3,6% escogen Radio La Voz de Zamora como su medio de comunicación preferido.

COMUNIDAD: EL PADMI

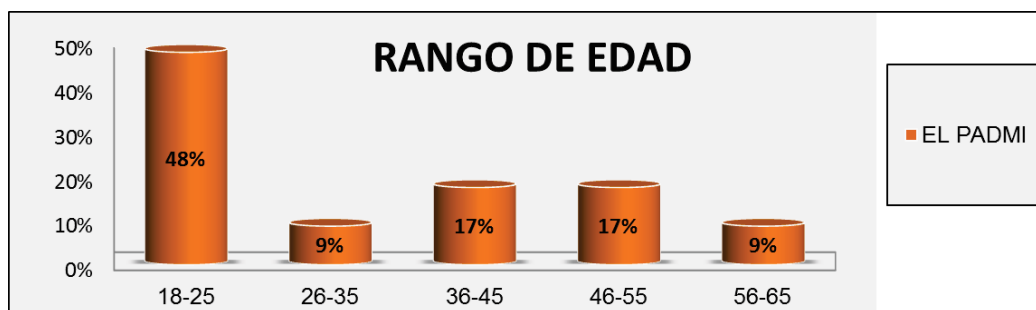
DATOS PERSONALES:

Género, El Padmi



En la comunidad El Padmi el 73,9% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y el 26,1% fue de la clase masculina.

Rango de edad, El Padmi

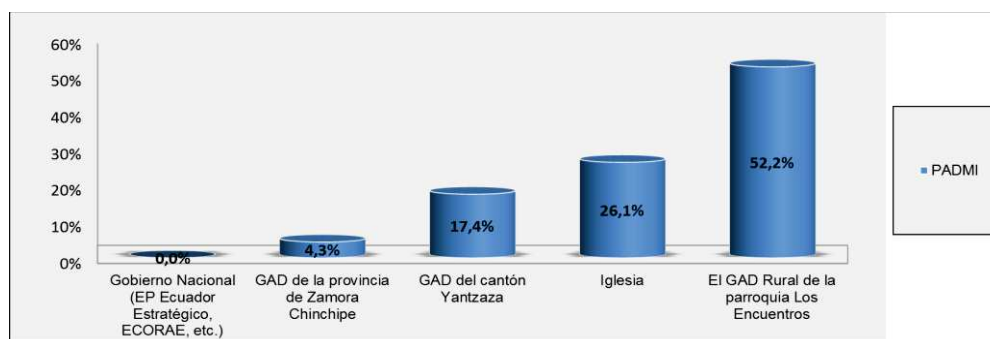


El 48% de personas encuestadas de la comunidad El Padmi corresponde al rango de edad entre 18-25 años, con un empate del 17% las categorías de las edades de 36-45 y 46-55 años; mientras que el 9% ocupa los rangos de 26-35 y 56-65 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

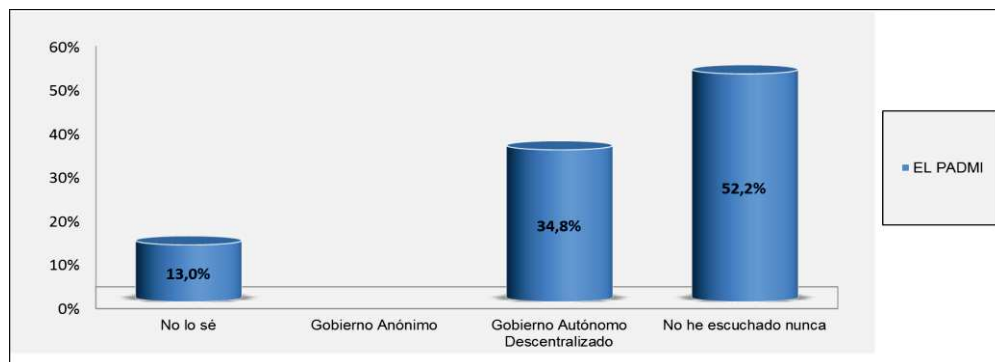
Pregunta 1, El Padmi



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 52,2% de encuestados concurre con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros, el 26,1% asiste a la iglesia, el 17,4% visita al GAD del cantón Yantzaza; mientras que el 4,3% acude al GAD de la provincia de Zamora Chinchipe.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

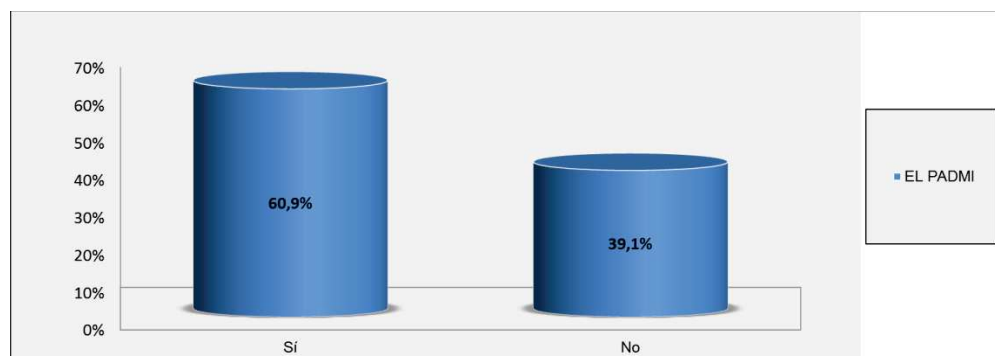
Pregunta 2, El Padmi



En este gráfico el 52,2% de personas señala que no ha escuchado nunca el significado de GAD, el 34,8% respondió que sí conoce, mientras que el 13,0% manifiesta que no sabe lo que es GAD.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

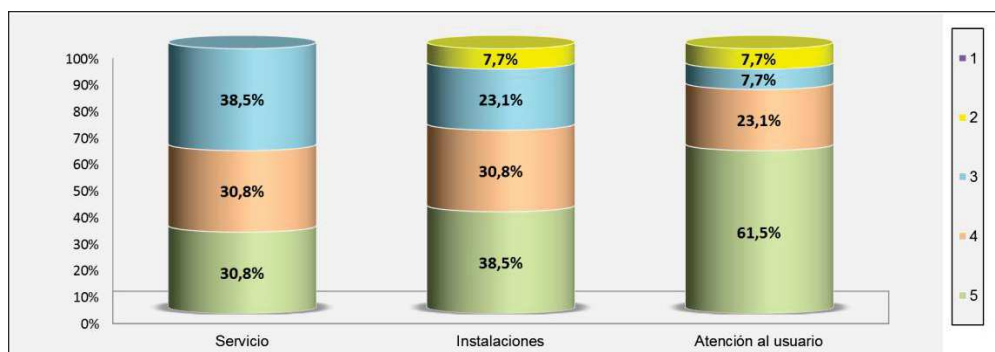
Pregunta 3, El Padmi



El 60,9% de los habitantes de la comunidad El Padmi dice que ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 39,1% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

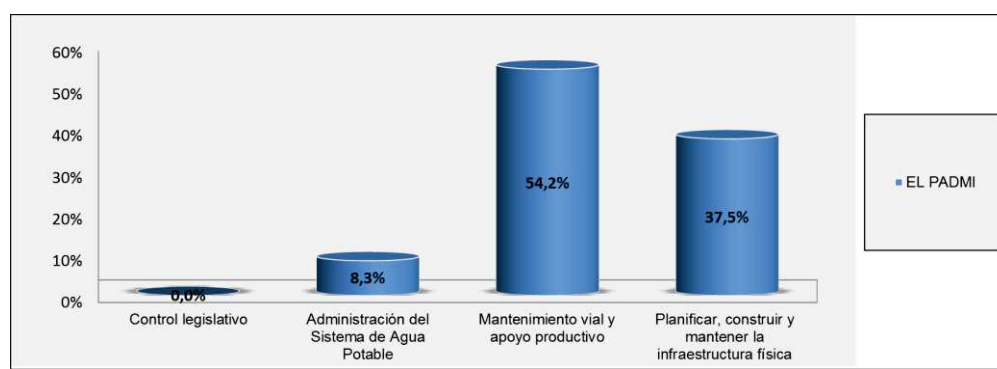
Pregunta 4, El Padmi



El 61,5% de los habitantes de El Padmi, califica con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario, el 38,5% a las instalaciones y el 30,8% al servicio que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. El 30,8% de los encuestados califica con 4 puntos al servicio e instalaciones, y el 23,1% se refiere a la atención al usuario. Mientras que el 38,5% de los habitantes de El Padmi califica con 3 puntos al servicio, el 23,1% a las instalaciones y el 7,7% la opción de atención al usuario. Finalmente, el 7,7% de los encuestados califica con 2 puntos a las instalaciones y con el mismo porcentaje la atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, El Padmi

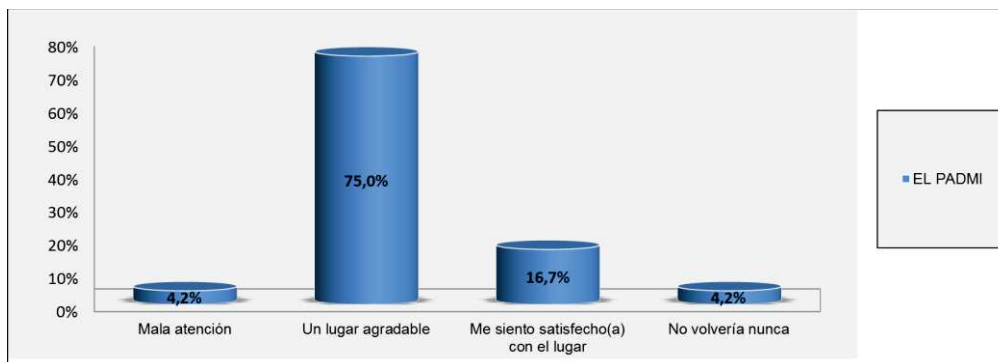


Se observa que el 54,2% de los encuestados afirma que el mantenimiento vial y apoyo productivo son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 37,5% señala que planificar, construir y mantener la infraestructura física es el servicio que ofrece y el 8,3% consideró el servicio de la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, El Padmi



Como se muestra en la gráfica el 75,0% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, el 16,7% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar; el 4,2% manifiesta que no volvería nunca, y con el mismo porcentaje identifica al GAD con mala atención.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

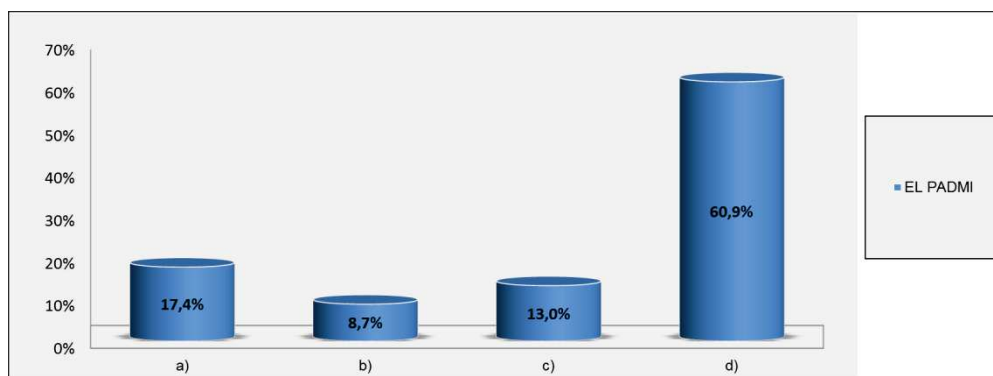


(c)



(d)

Pregunta 7, El Padmi

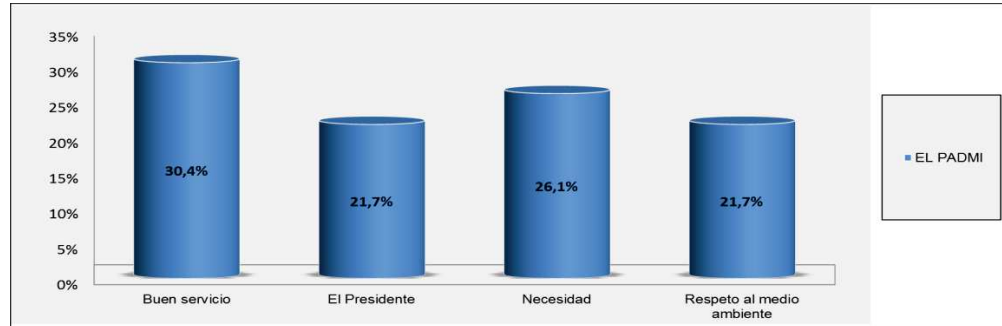


El 60,9% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, el 17,4% con el escudo, el 13,0% señala la

bandera de la parroquia; en cambio un 5,9% lo identifica con la bandera tricolor.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

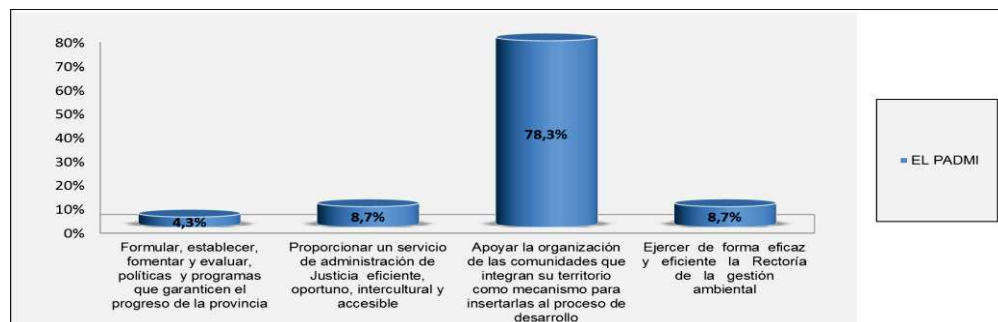
Pregunta 8, El Padmi



Los habitantes de la comunidad de El Padmi expresa que el 30,4% se identifica con la característica de buen servicio al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 26,1% dice que es una necesidad, el 21,7% manifiesta que su principal característica es el presidente; y, finalmente, con el mismo porcentaje (21,7 %) revela que es respeto al medio ambiente.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 9, El Padmi

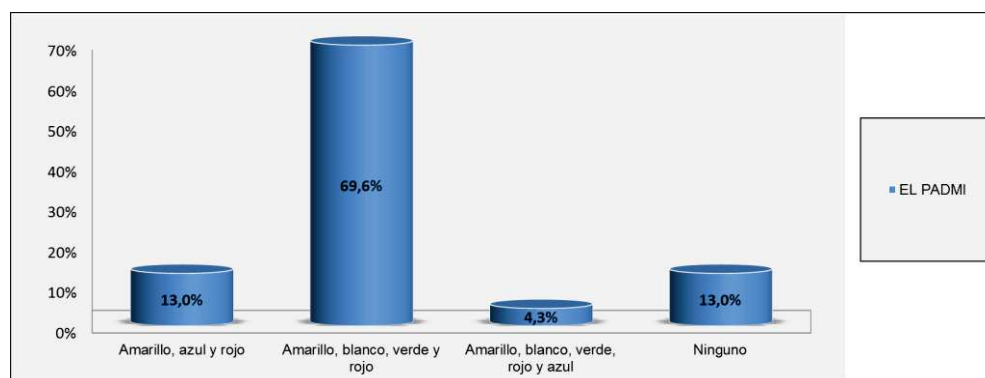


En esta pregunta el 78,3% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, con el porcentaje del 8,7% expresó la opción de “Ejercer de forma

eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión Ambiental” y con el mismo porcentaje (8,7%) señaló sobre “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”; y, finalmente, el 4,3% de los encuestados opinó que la misión del GAD es “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, El Padmi

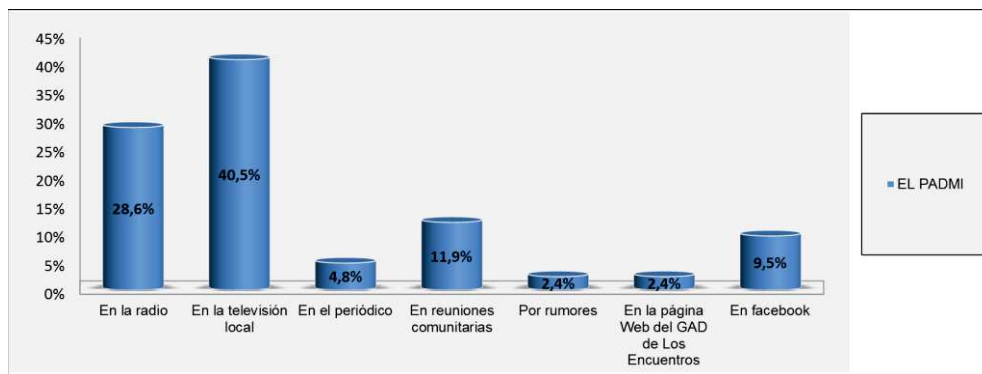


Se observa que el 69,6% de los habitantes de la comunidad El Padmi identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo, blanco, verde y rojo; con un porcentaje del 13,0% empatan las opciones amarillo, azul y rojo y los que no identifican a la entidad con ningún color; y, en último lugar, el 4,3% eligió el amarillo, blanco, verde, rojo y azul.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

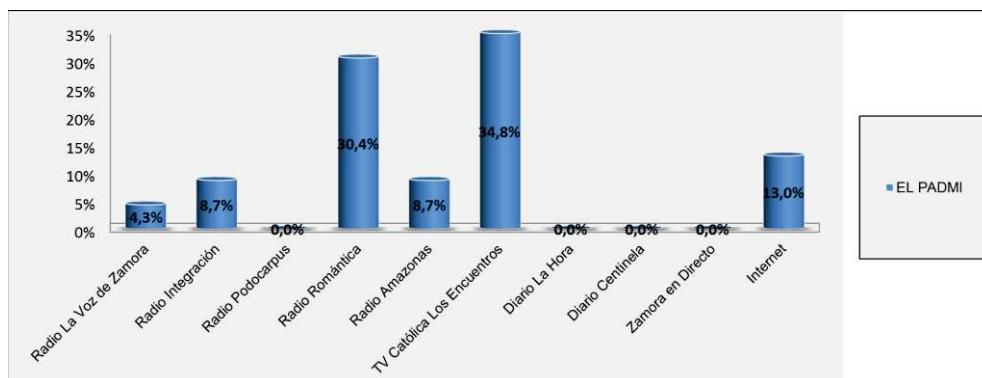
Pregunta 11, El Padmi



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad El Padmi, demuestran que un 40,5% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local, el 28,6% en la radio, un 11,9% a través de reuniones comunitarias, el 9,5% en la red social Facebook, un 4,8% en el periódico, y, finalmente, con empate del 4,2% se informan a través de rumores y la página Web del GAD de los Encuentros.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, El Padmi

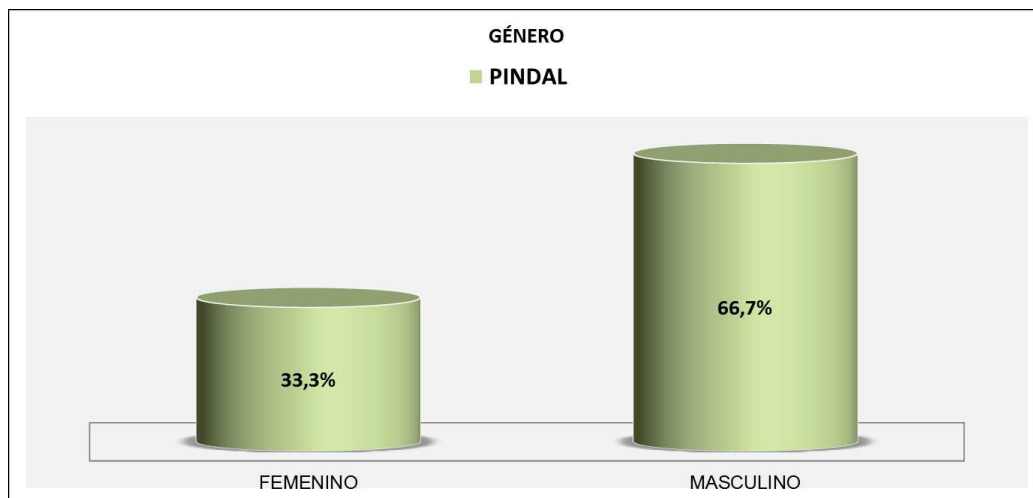


Según la opinión de los habitantes de la comunidad El Padmi, el 34,8% prefiere TV Católica Los Encuentros, el 34,4% radio Romántica, el 13% Internet; con un empate del 8,7% los encuestados optan por las radios Integración y Amazonas; y, finalmente, el 4,3% selecciona la radio La Voz de Zamora como su medio de comunicación preferido.

COMUNIDAD: EL PINDAL

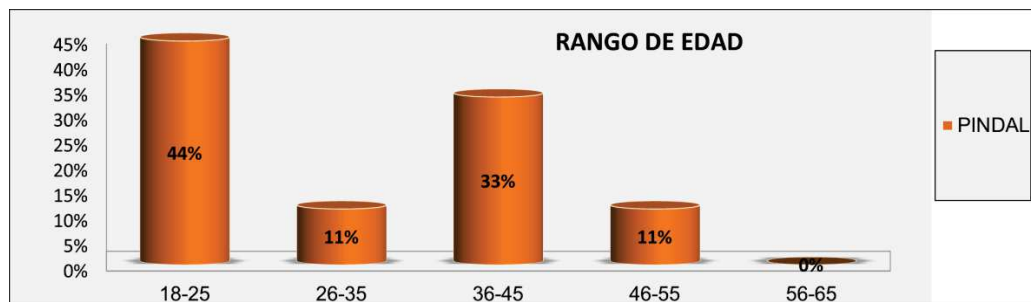
DATOS PERSONALES:

Género, El Pindal



En la comunidad El Pindal el 66,7% de las personas encuestadas pertenece al género masculino y el 26,1% al femenino.

Rango de edad, El Pindal

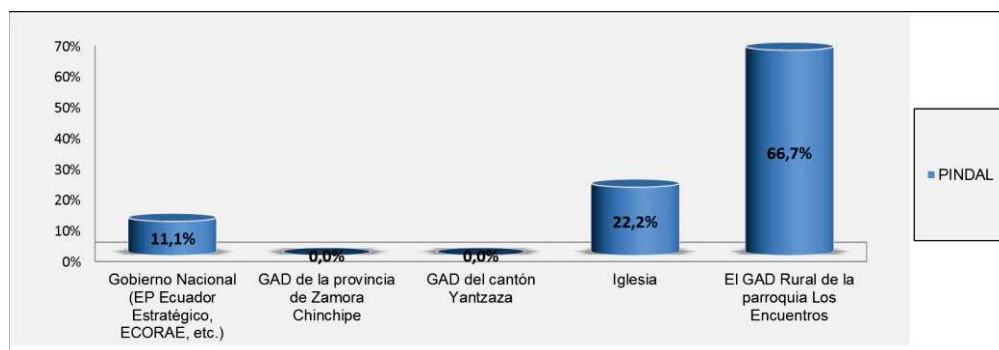


El 44% de personas encuestadas de la comunidad El Pindal corresponde al rango de edad entre 18-25 años, el 33% a las edades de 36-45 años, mientras que con un porcentaje igual del 11% las categorías de 26-35 y 46-55 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

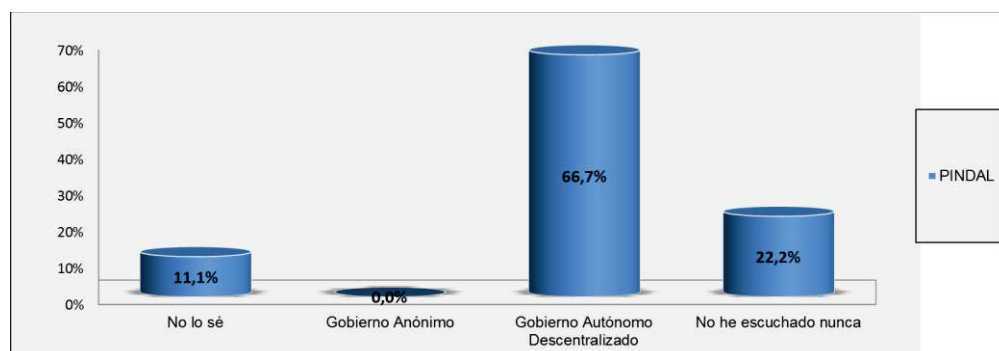
Pregunta 1, El Pindal



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 66,7% de encuestados concurre con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros, el 22,2% asiste a la iglesia, y el 11,1 acude al Gobierno Nacional.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

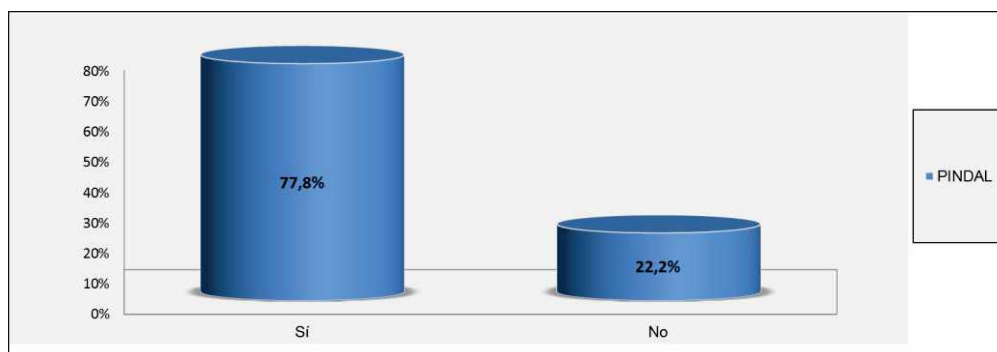
Pregunta 2, El Pindal



En este gráfico el 66,7% de personas encuestadas señala que sí sabe el significado de GAD, el 22,2% no ha escuchado nunca y el 11,1% manifiesta que no sabe.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

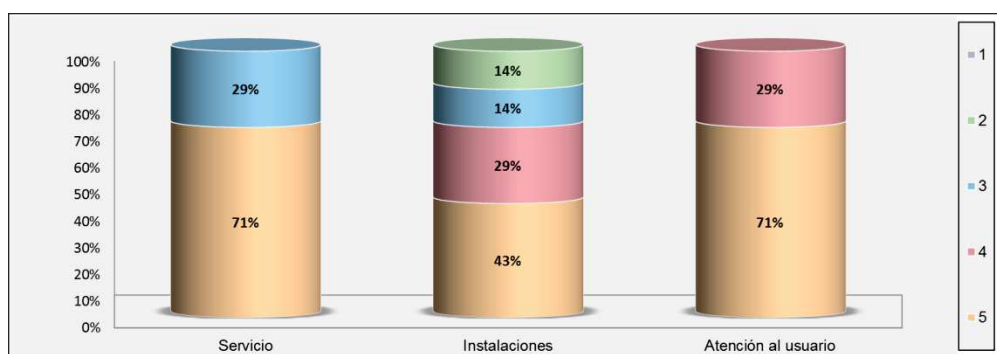
Pregunta 3, El Pindal



El 77,8% de los habitantes de la comunidad El Pindal dice que ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 22,2% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, El Pindal

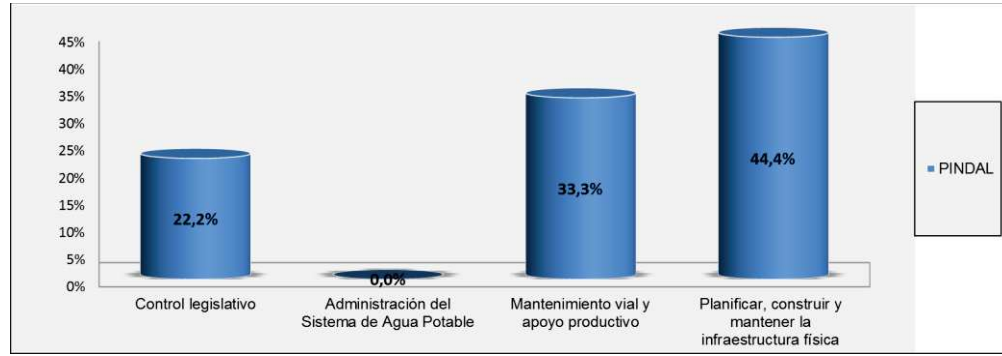


El 71,0% de los habitantes de esta comunidad califica con 5 puntos (lo mejor) al servicio y atención al usuario y el 43,0% a las instalaciones que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Empatando con un 29% los encuestados califican con 4 puntos a las instalaciones y atención al usuario. Mientras que el 29,0% de los habitantes califican con 3 puntos al servicio, y el

14,0% a las instalaciones. Finalmente, con el 14,0% los encuestados califican con 1 punto (lo peor) a las instalaciones.

Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, El Pindal

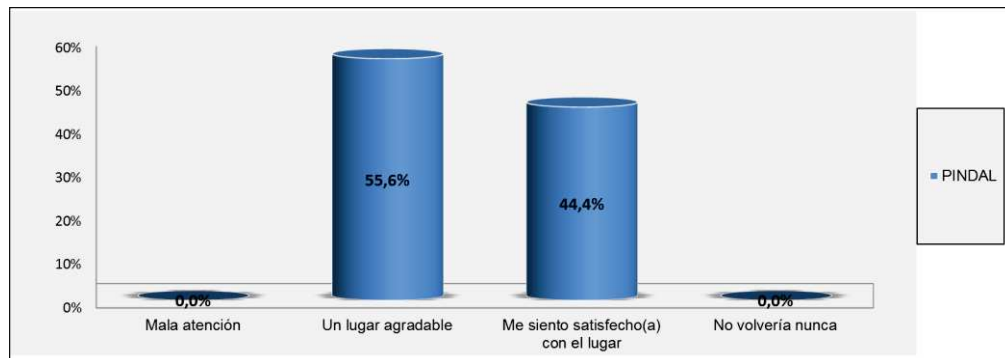


Se observa que el 44,4% de los encuestados afirma que planificar, construir y mantener la infraestructura física, son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 33,3% expresa que es el mantenimiento vial y apoyo productivo; y según el 22,2% señala que realiza control legislativo.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

5. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, El Pindal



Como se muestra en la gráfica el 55,6% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, y el 44,4% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar.

6. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

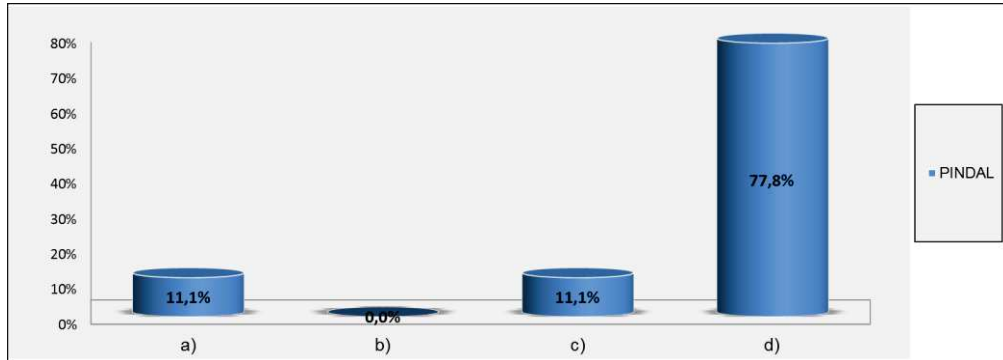


(c)



(d)

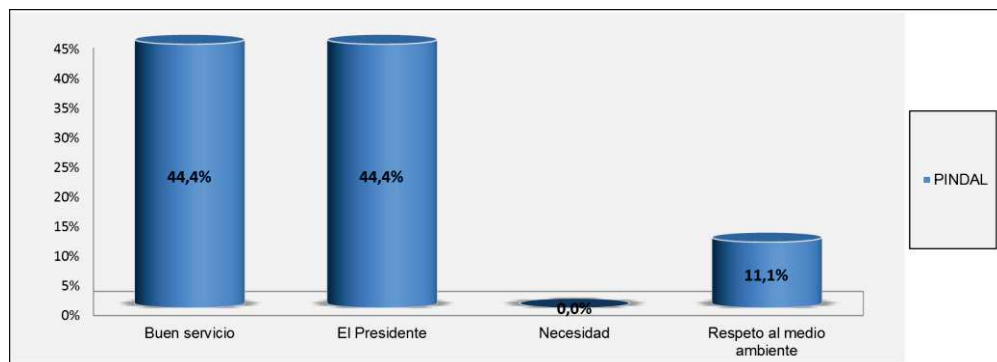
Pregunta 7, El Pindal



El 77,8% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, y un empate técnico del 11,1% con el escudo y la bandera de la parroquia.

7. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, El Pindal



Los habitantes de la comunidad de El Pindal, expresan que el 44,4% se identifican con la característica de buen servicio al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, así como también al presidente; y el 11,1% revela el respeto al medio ambiente.

8. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

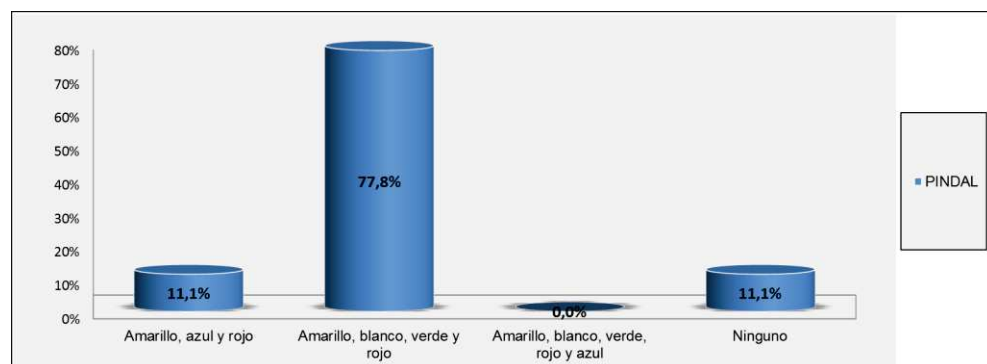
Pregunta 9, El Pindal



En esta pregunta, el 66,7% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, el 22,2% expresó la opción de “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión Ambiental”; y, finalmente, el 11,1% señaló como misión “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”.

9. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Gráfico 4.5.166. Pregunta 10, El Pindal



**Fuente: Encuesta aplicada en comunidades del GAD
Elaborado por las autoras**

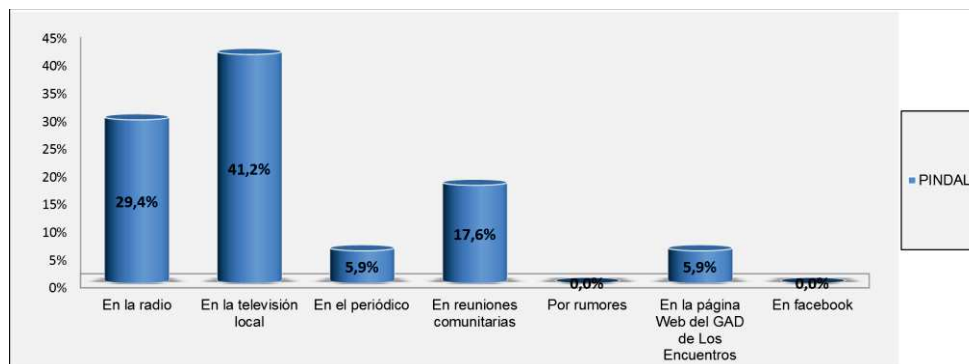
Se observa que el 77,8% de los habitantes de la comunidad El Pindal identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo,

blanco, verde y rojo; y, finalmente, con un empate del 11,1% las opciones ninguno y amarilla, azul y rojo.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

10. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

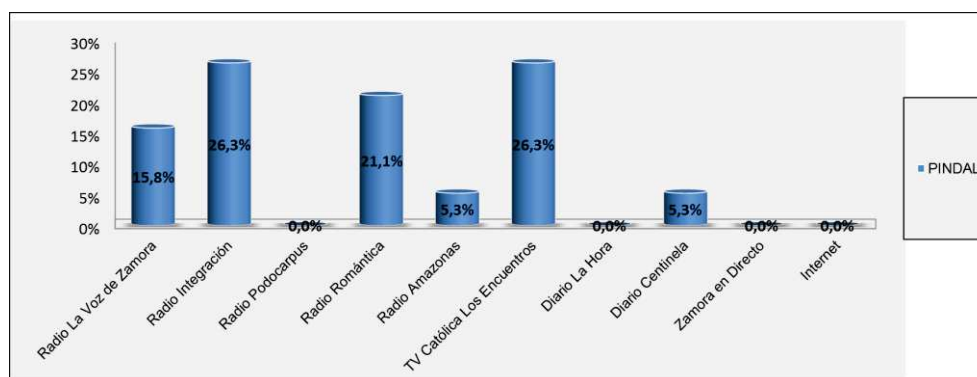
Pregunta 11, El Pindal



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad El Pindal, demuestran que el 41,2% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local, el 29,4% en la radio, el 17,6% a través de reuniones comunitarias, mientras que el 5,9% se informa por el periódico y la página Web del GAD de los Encuentros.

11. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, El Pindal

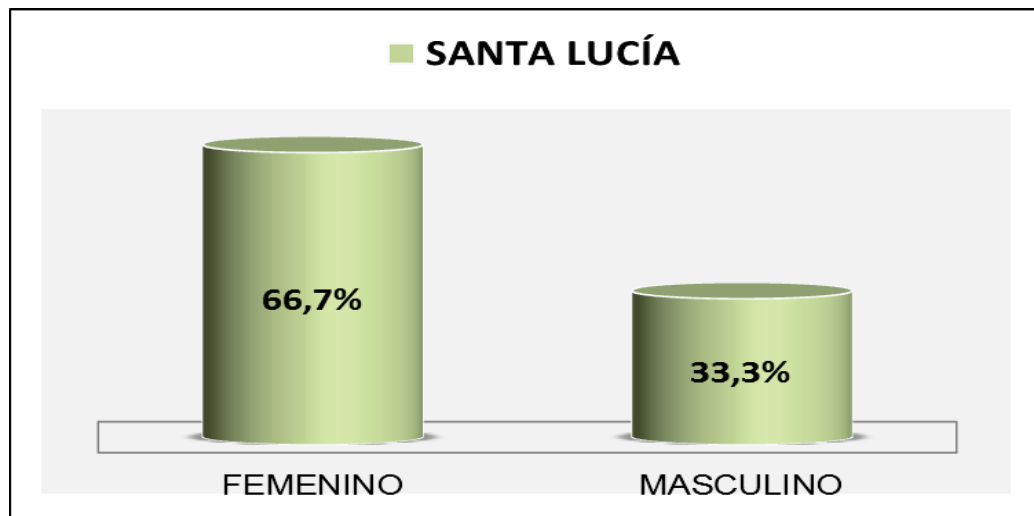


Según la opinión de los habitantes de la comunidad El Pindal, el 26,3% prefiere TV Católica Los Encuentros y radio Integración, el 21,1% radio Romántica, el 15,8% la emisora La Voz de Zamora; y, finalmente, con un empate del 5,3% los encuestados optan por Radio Amazonas y Diario Centinela.

COMUNIDAD: SANTA LUCÍA

DATOS PERSONALES:

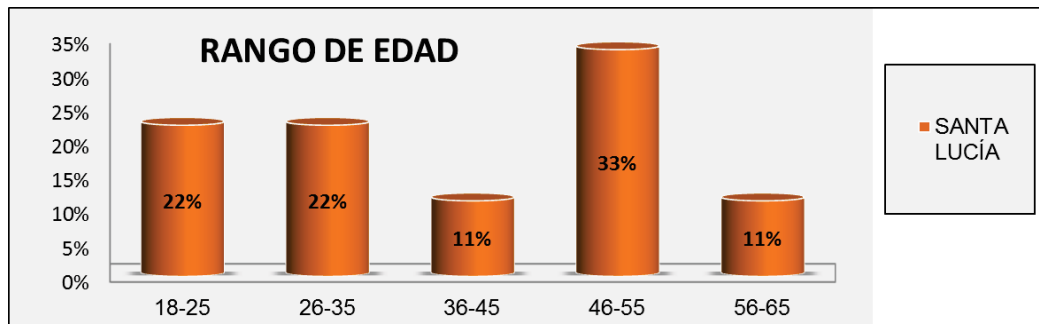
Género, Santa Lucía



Fuente: Encuesta aplicada en comunidades del GAD
Elaborado por las autoras

El 66,7% de personas encuestadas en la comunidad de Santa Lucía pertenece al género femenino, y el 33,3% corresponde al masculino.

Rango de edad, Santa Lucía

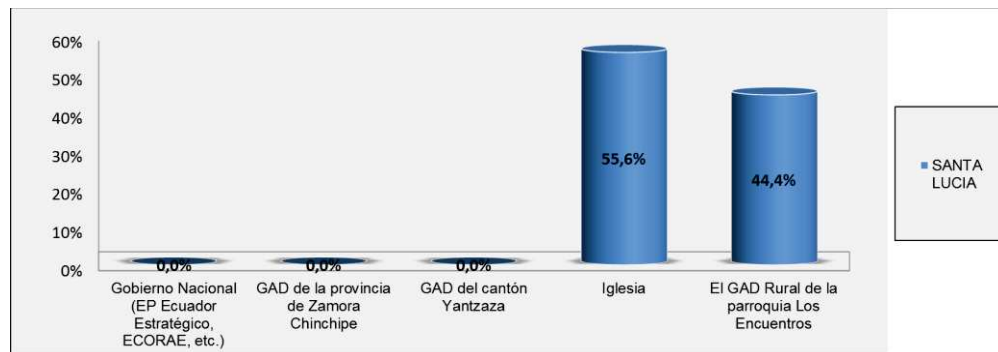


El 33,0% de personas encuestadas de la comunidad Santa Lucía corresponde al rango de edad entre 46-55 años, con un empate del 22% las categorías de las edades de 18-25 y 26-35 años; mientras que el 11,0% ocupa los rangos de 36-45 y 56-65 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

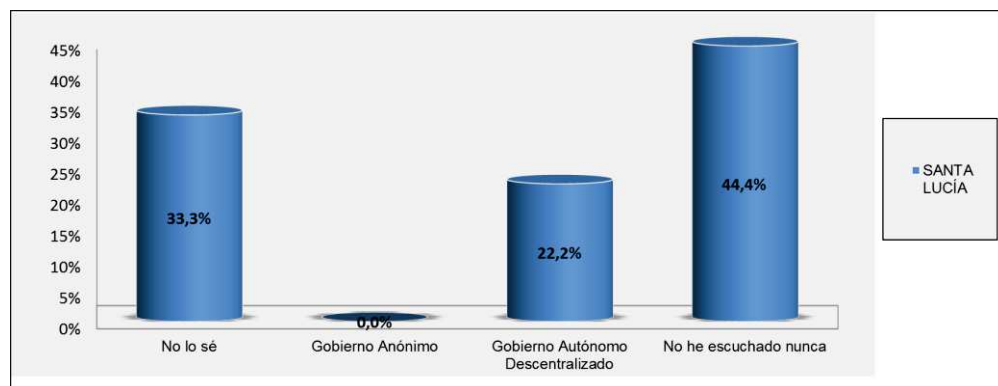
Pregunta 1, Santa Lucía



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 55,6% de encuestados asisten con mayor frecuencia a la iglesia y un 44,4% frecuenta el GAD Rural parroquial de Los Encuentros.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

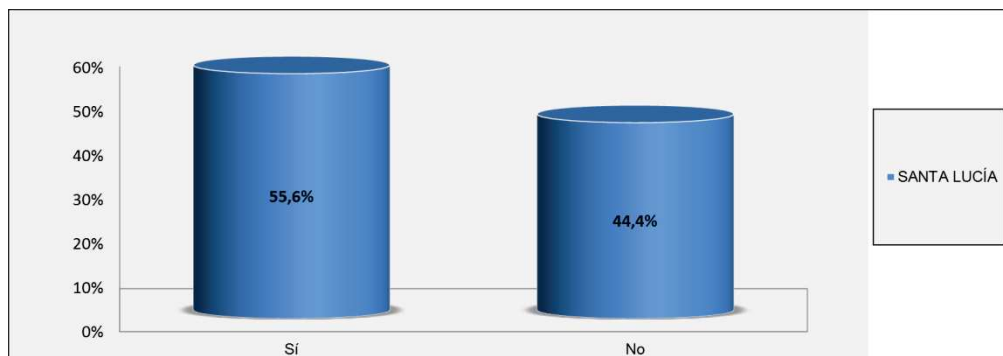
Pregunta 2, Santa Lucía



En este gráfico el 44,4% de personas asegura que no ha escuchado nunca el significado de GAD, el 33,3% respondió que no lo sabe; y, finalmente, el 22,2% dice conocer.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

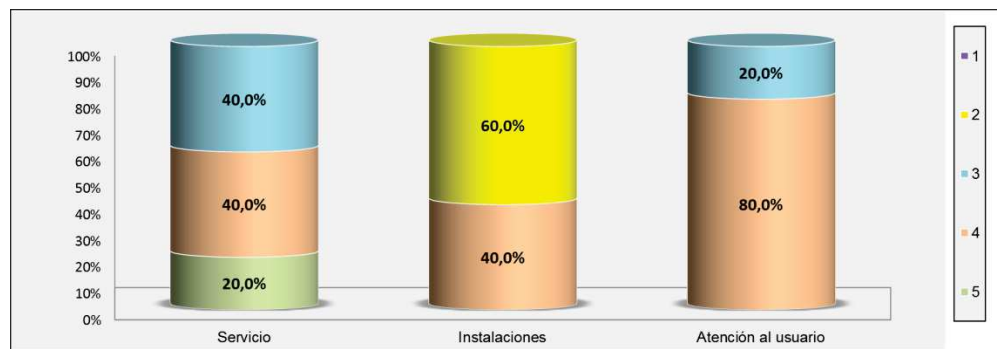
Pregunta 3, Santa Lucía



El 55,6% de los habitantes de esta comunidad dijeron que han visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, por su parte el 44,4% restante manifestó que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Santa Lucía



El 20,0% de los encuestados califica con 5 puntos (lo mejor) al servicio que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

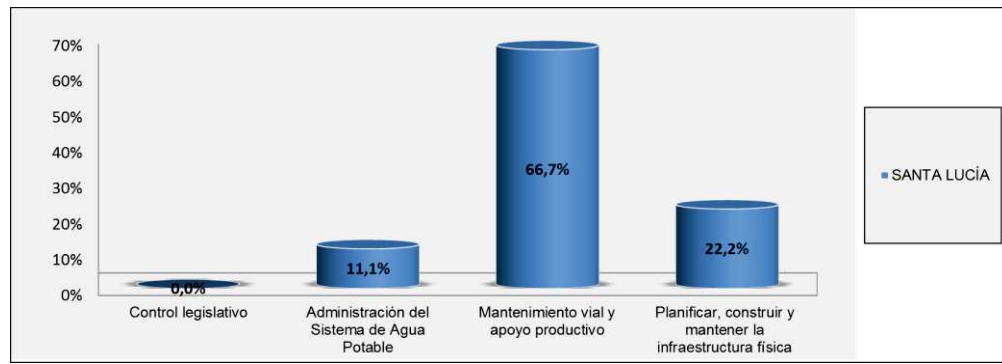
Otros, con el 80,0% califican con 4 puntos la atención al usuario, y el 40,0% a las instalaciones y servicio.

Mientras que el 40,0% de los habitantes califican con 3 puntos al servicio, y el 20,0% a las instalaciones.

Finalmente, el 60% de los encuestados califica con 2 puntos a las instalaciones que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Santa Lucía

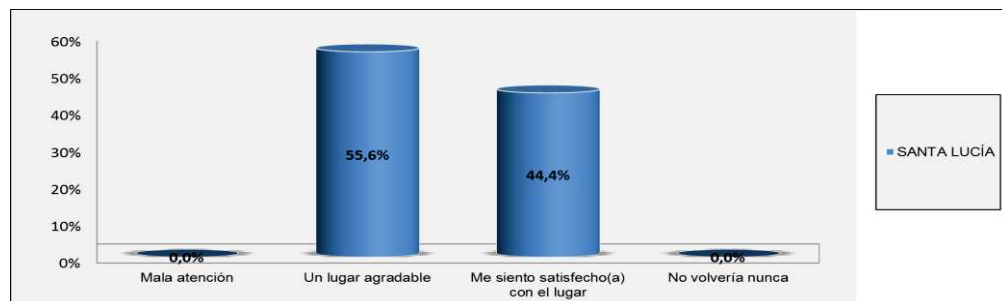


Se observa que el 66,7% de los habitantes afirma que el mantenimiento vial y apoyo productivo son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 22,2% señala que planificar, construir y mantener la infraestructura física es el trabajo que da, y el 11,1% restante sostiene que es la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Santa Lucía



Como se muestra en la gráfica el 55,6% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, y el 44,4% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

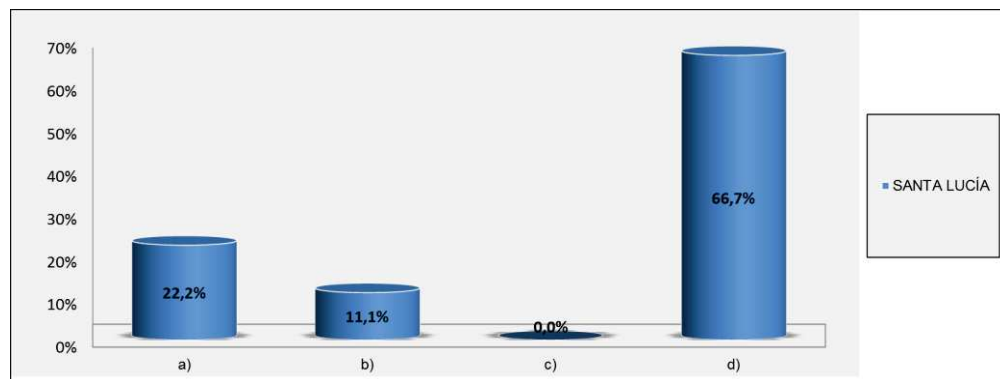


(c)



(d)

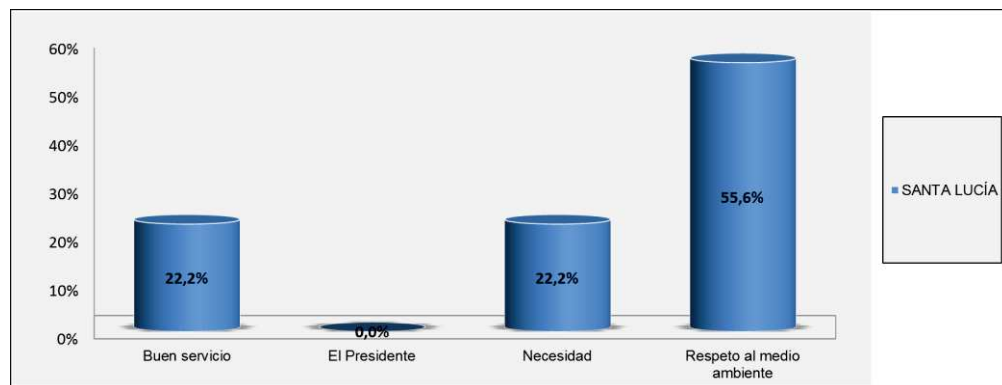
Pregunta 7, Santa Lucía



El 66,7% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, el 22,2% con el escudo, y el 11,1% con la bandera de nuestro país.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Santa Lucía



Los habitantes de la comunidad Santa Lucía con el 55,6% opinan que la principal característica que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es el “respeto al medio ambiente”, el 22,2% indica que es una necesidad y el restante 22,2% revela que es la cualidad del buen servicio.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

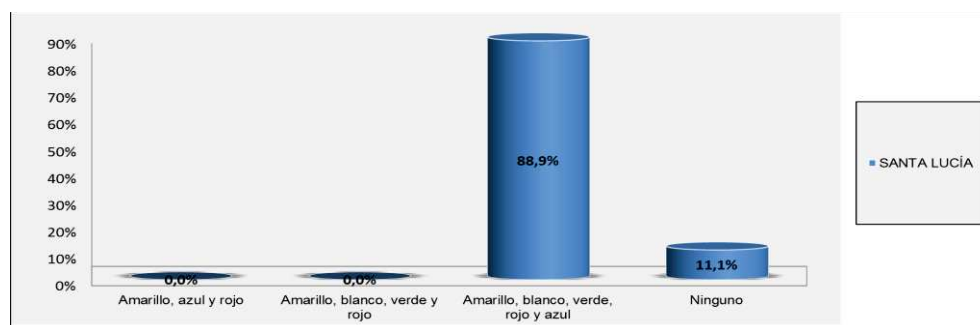
Pregunta 9, Santa Lucía



En esta interrogante, el 88,9% de los encuestados dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, y el 11,1% dijo que es “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión Ambiental”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Santa Lucía



Se observa que el 88,9% de los habitantes de la comunidad identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores “amarillo, blanco, verde y rojo” ; mientras que el 11,1% con ningún color.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

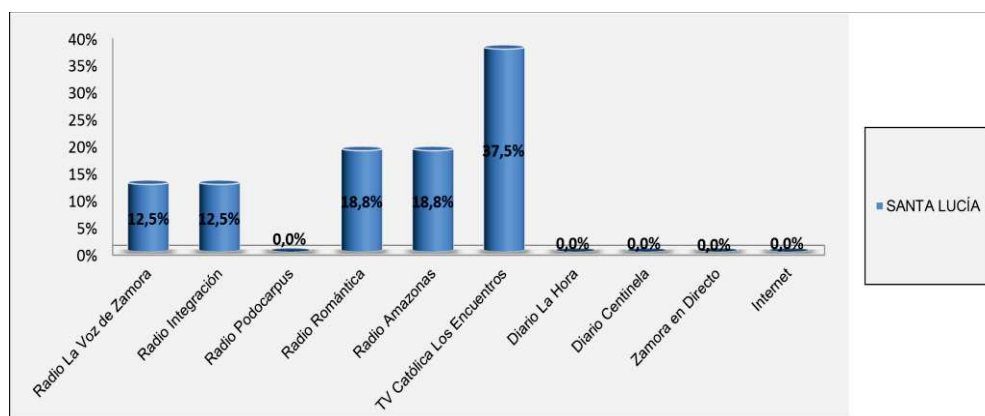
Pregunta 11, Santa Lucía



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad Santa Lucía señalan que un 38,9% se informa en la televisión local, el 33,3% en la radio, el 22,2% de reuniones comunitarias, y con el 5,6% se informa a través del periódico.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Santa Lucía

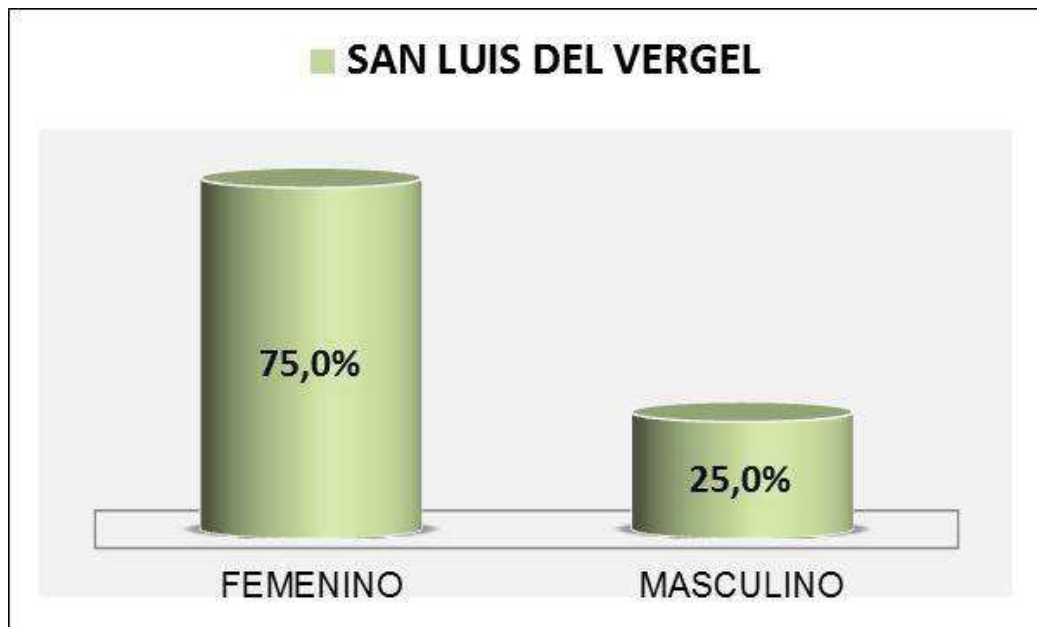


Según la opinión de los habitantes de la comunidad Santa Lucía, el 37,5% prefiere TV Católica Los Encuentros, el 18,8% la Radio Romántica; asimismo, el 18,8% elige la Radio Amazonas; y, finalmente, con un empate del 12,5% los encuestados optan por las emisoras Integración y La Voz de Zamora.

COMUNIDAD: SAN LUIS DEL VERGEL

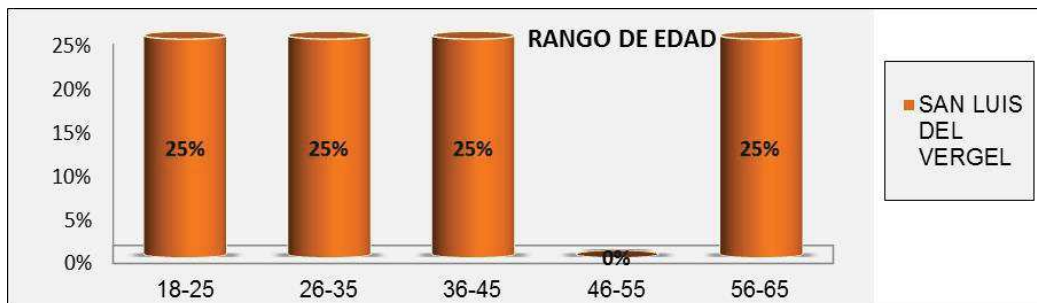
DATOS PERSONALES:

Género, San Luis del Vergel



En la comunidad San Luis del Vergel el 75,0% de las personas encuestadas pertenece al género femenino y el 25,0% al género masculino.

Rango de edad, San Luis del Vergel

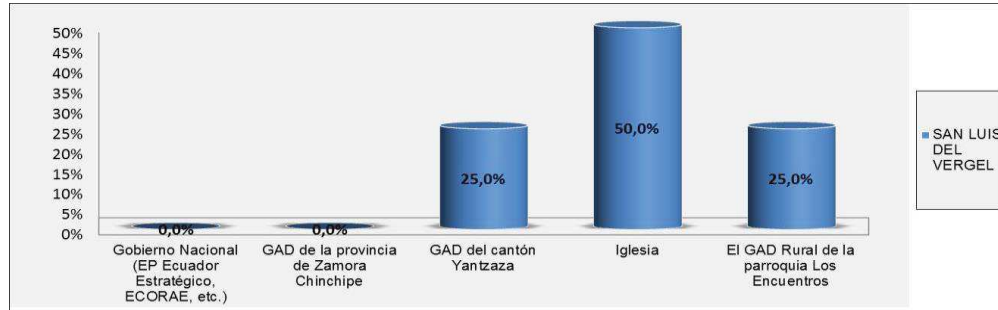


El empate porcentual del 25% que se observa en la gráfica se debe a la aplicación de cuatro encuestas; la población total de la comunidad de San Luis del Vergel haciende a 60 personas. Esto hizo que de manera coincidencial se haya aplicado una encuesta por rango de edad, menos la comprendida entre 46-55 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

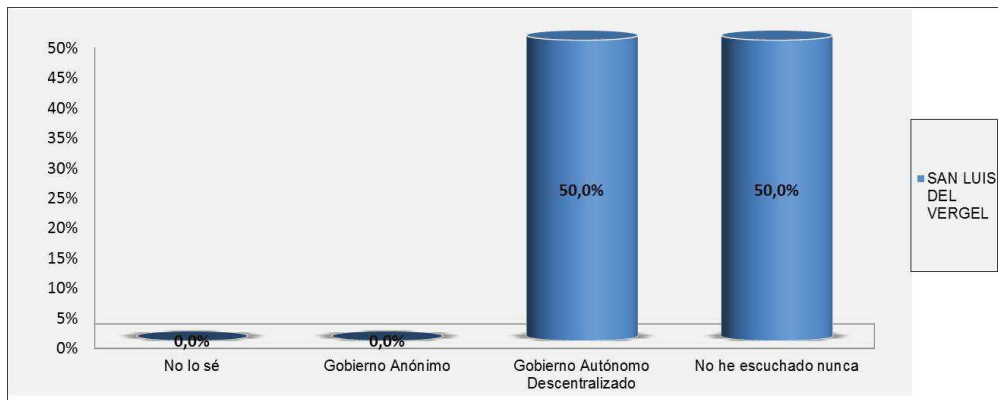
Pregunta 1, San Luis del Vergel



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en la gráfica, el 50,0% de encuestados acude con mayor frecuencia a la iglesia, el 25,0% concurre al GAD Rural parroquial de Los Encuentros, mientras que el otro 25% visita al GAD del cantón Yantzaza.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

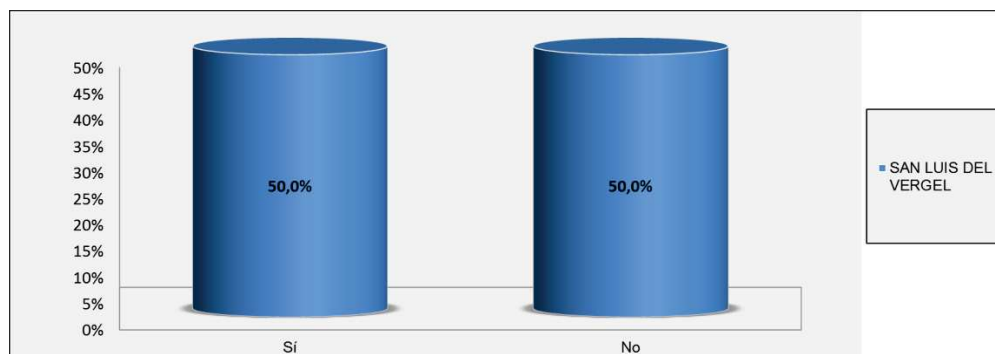
Pregunta 2, San Luis del Vergel



En este gráfico el 50,0% de personas respondió que sí conoce lo que significa GAD y otro 50% que no ha escuchado nunca.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

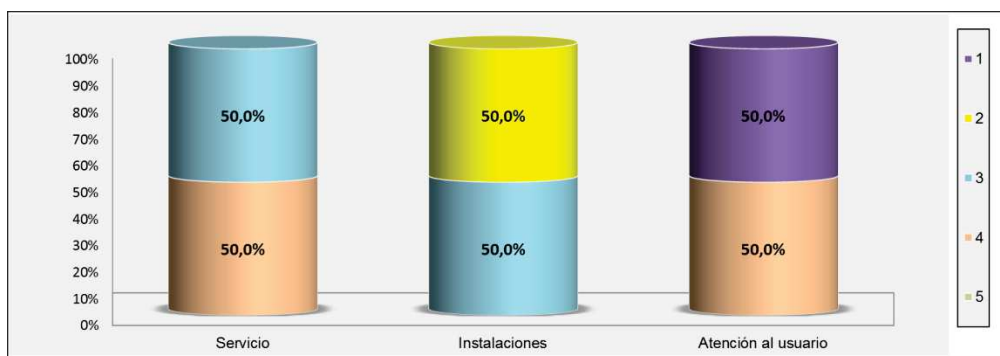
Pregunta 3, San Luis del Vergel



El 50% de los habitantes de la comunidad San Luis del Vergel afirmó que ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 50% restante respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

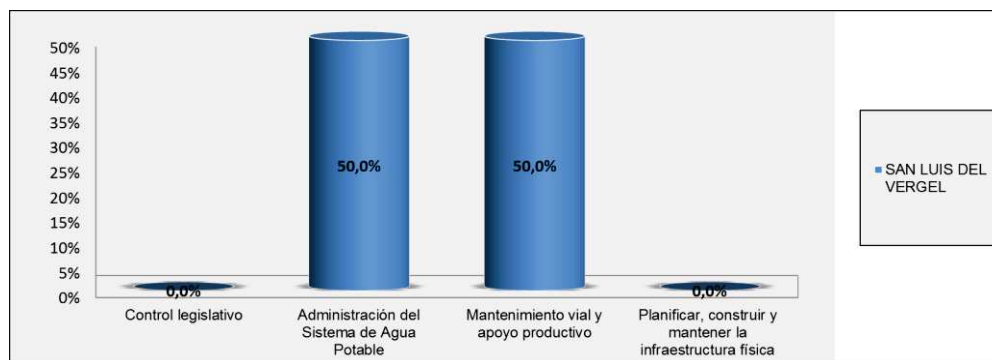
Pregunta 4, San Luis del Vergel



El 50% de los encuestados califica con 4 puntos al servicio y otro 50% la atención al usuario. Con una igualdad del 50% los habitantes califican con 3 puntos al servicio e instalaciones. Mientras que el 50% de los pobladores califica con 2 puntos a las instalaciones. Finalmente, con el 50% los encuestados califican con 1 punto (lo peor) la atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, San Luis del Vergel

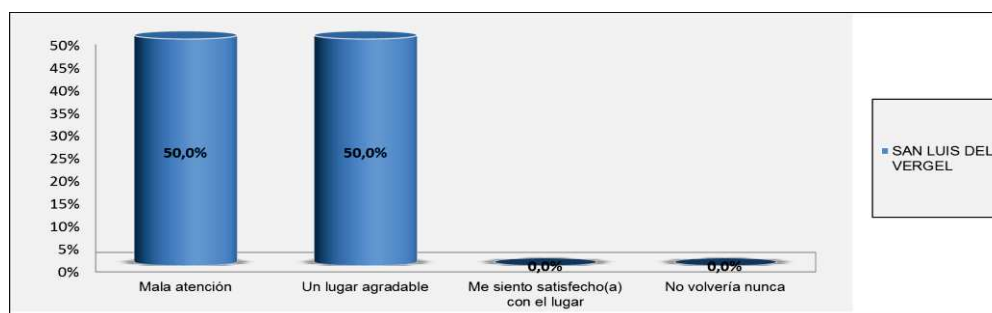


Se observa que el 50,0% de los encuestados dijo que el “mantenimiento vial y apoyo productivo” son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, y el 50,0% restante expresó que es la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, San Luis del Vergel



Como se muestra en la gráfica, el 50,0% dice que lo identifica al GAD con mala atención y el otro 50% como un lugar agradable.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

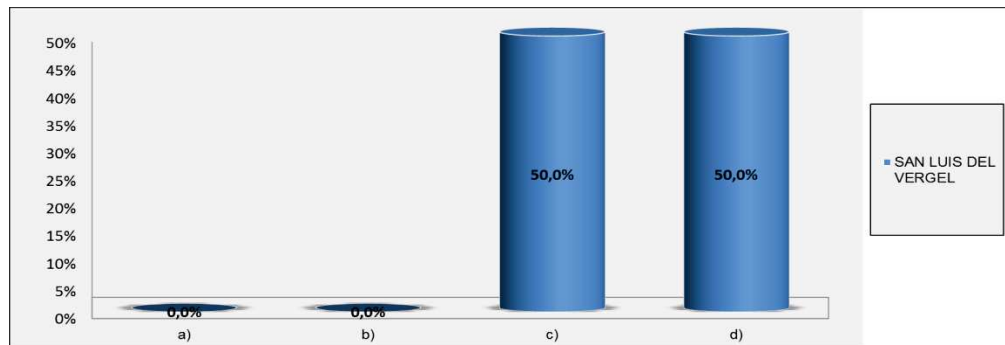


(c)



(d)

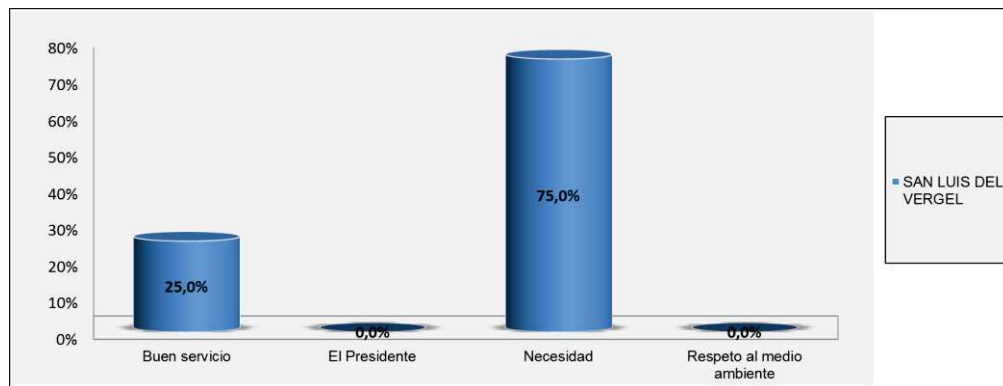
Pregunta 7, San Luis del Vergel



El 50% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la bandera de la parroquia, y el 50% restante con la iglesia.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8-San Luis del Vergel



Este gráfico señala que el 75,0% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la característica de necesidad, y el 25% con la característica de buen servicio.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

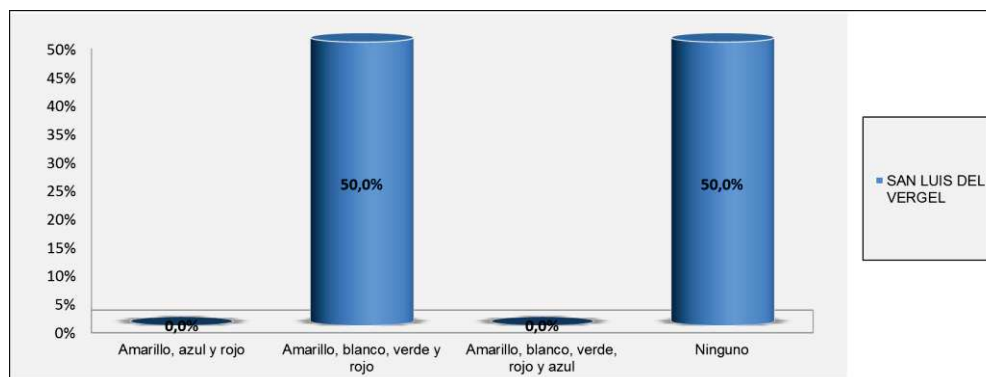
Pregunta 9-San Luis del Vergel



Se observa en la gráfica que el 50,0% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”, mientras que el 50,0% restante señaló la opción de “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, San Luis del Vergel

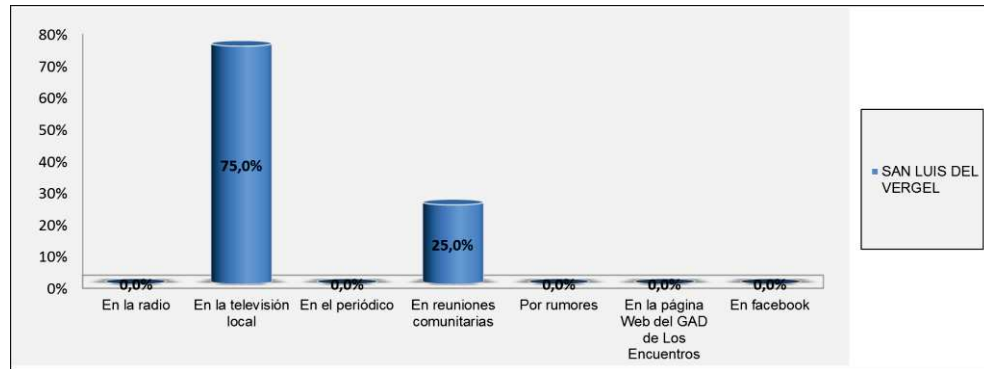


El 50,0% de los habitantes de la comunidad San Luis del Vergel identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo, blanco, verde y rojo; y con un porcentaje restante con ningún color.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

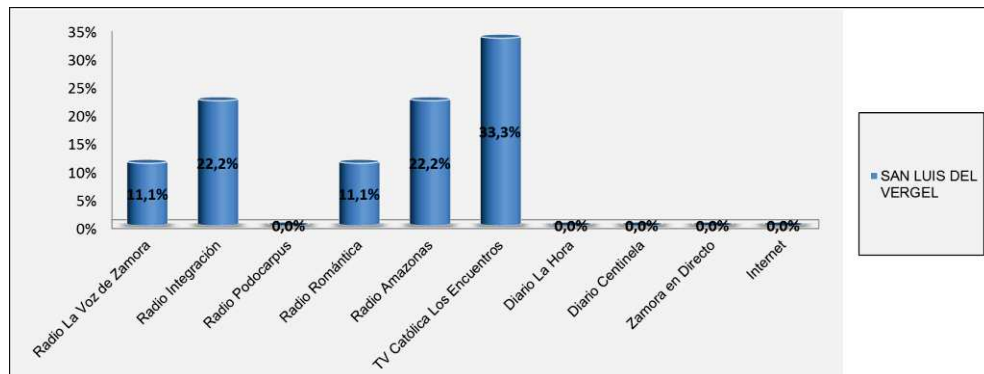
Pregunta 11, San Luis del Vergel



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad encuestada, demuestran que el 75,0% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local, y el 25,0% a través de reuniones comunitarias.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, San Luis del Vergel

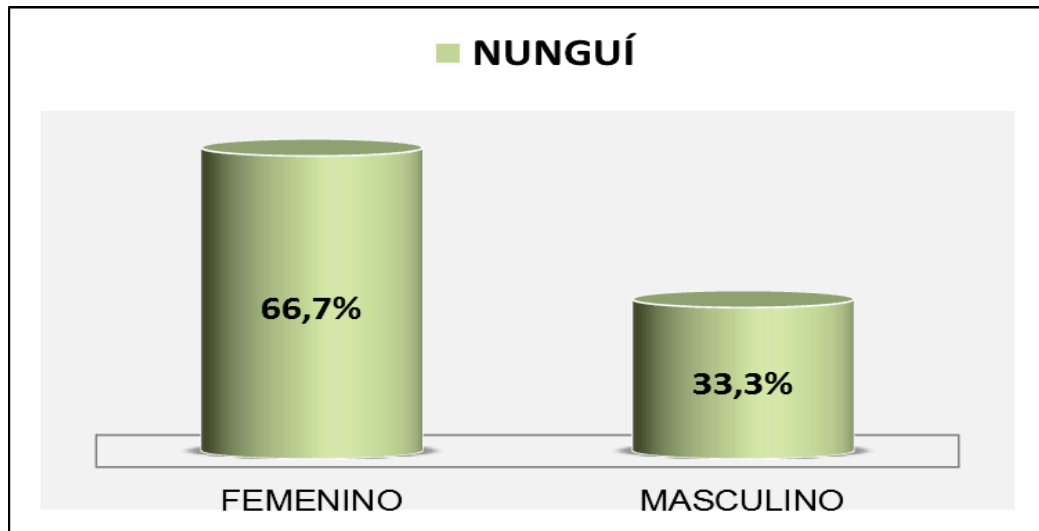


Según la opinión de los habitantes de la comunidad de San Luis del Vergel, el 33,3% prefiere “TV Católica Los Encuentros”, el 22,2% Radio Integración y con un mismo 22,2% la emisora Amazonas; finalmente, con el 11,1% empatan las emisoras Romántica y la Voz de Zamora.

COMUNIDAD: NUNGUÍ

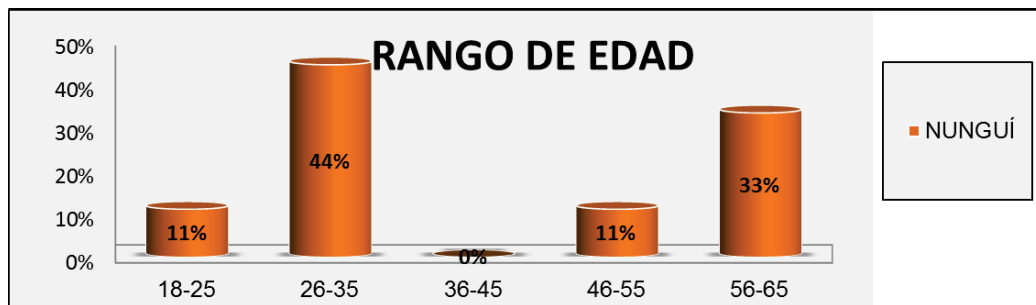
DATOS PERSONALES:

Género, NunguÍ



El 66,7% de las personas encuestadas en la comunidad de NunguÍ pertenece al género femenino, y el 33,3% fue de la clase masculina.

Rango de edad, NunguÍ

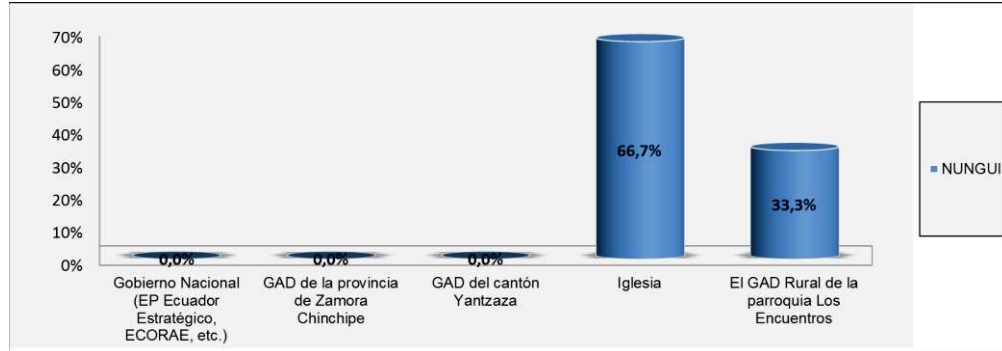


Según el rango de edad de los habitantes de NunguÍ, el 44,0% corresponde a las edades comprendidas entre 26-35 años, el 33,0% al rango de 56-65 años de edad y con un empate del 11,0% las categorías de las edades de 18-25 y 46-55 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

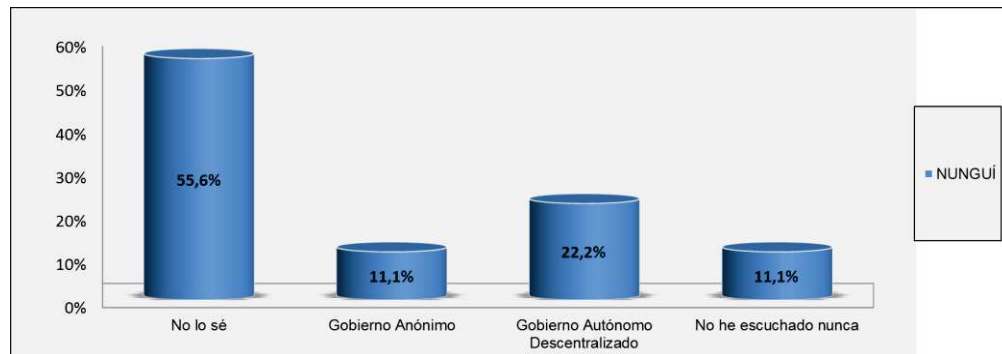
Pregunta 1, Nunguí



Con respecto a las visitas en las instituciones mostradas en la gráfica, el 66,7% de encuestados acude con mayor frecuencia a la iglesia, mientras que el 33,3% concurre al GAD Rural parroquial de Los Encuentros.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

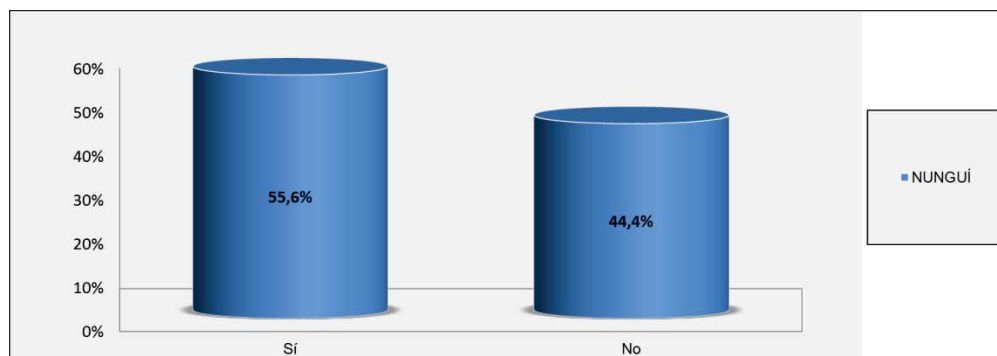
Pregunta 2, Nunguí



En este gráfico se visualiza que el 55,6% de personas encuestadas señala que desconoce el significado de GAD, el 22,2% dice que sí sabe (Gobierno Autónomo Descentralizado); mientras el 11,1% dijo que es Gobierno Anónimo y el otro restante 11,1% respondió que no ha escuchado nunca.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

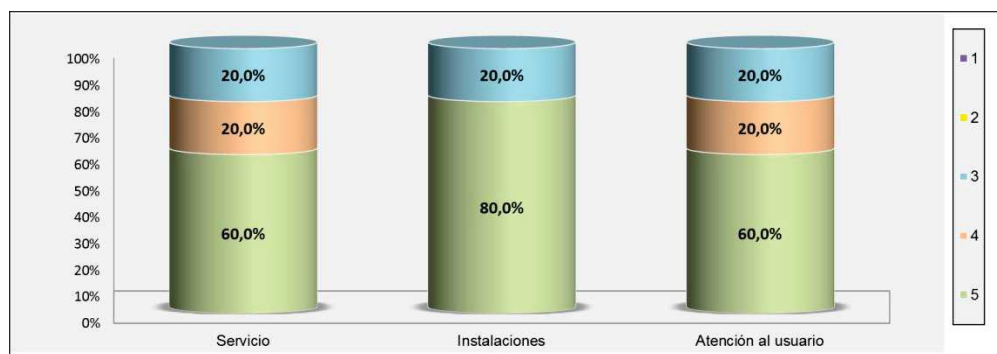
Pregunta 3, Nunguí



El 55,6% de los habitantes de la comunidad Nunguí dice que sí ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 44,4 % respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

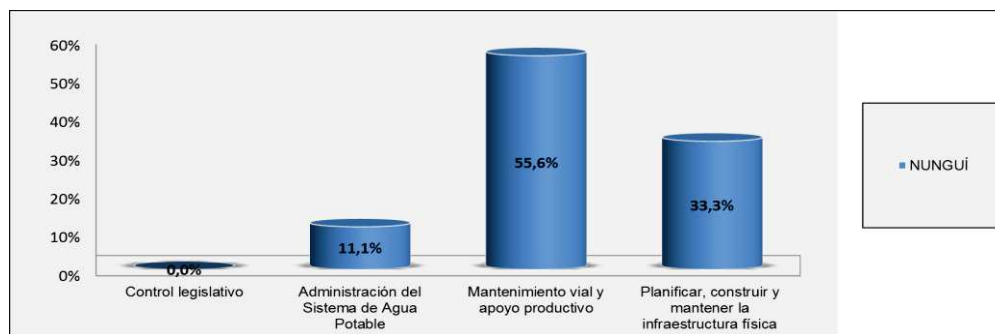
Pregunta 4, Nunguí



En esta gráfica se visualiza que el 80,0% de los habitantes de Nunguí califica con 5 puntos (lo mejor) las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 60% al servicio y con el mismo 60% la atención al usuario. Con una igualdad porcentual del 20% de los encuestados designa la calificación de 4 puntos al servicio y atención al usuario. Finalmente, con el 20% en cada uno de los parámetros, los pobladores de Nunguí califican con 3 puntos al servicio, instalaciones y atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Nunguí

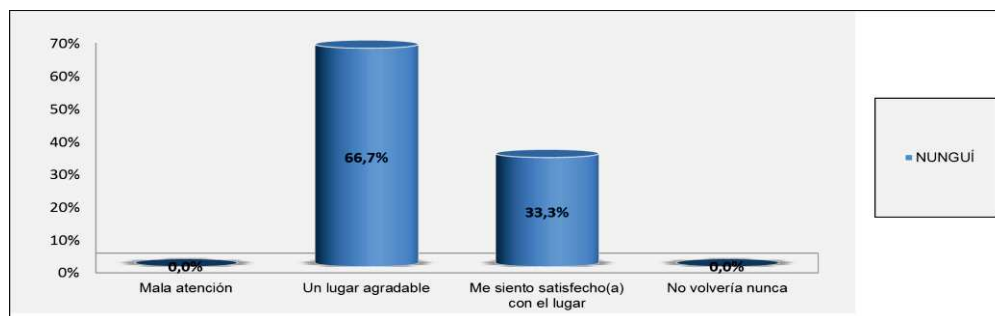


El 55,6% de los encuestados afirma que el “mantenimiento vial y apoyo productivo” son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 33,3% señala que “planificar, construir y mantener la infraestructura física”, es el servicio que brinda, y, finalmente, con el 11,1% la gente contestó “la administración del sistema de agua potable”.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Nunguí



Como se muestra en el gráfico, el 66,7% dice que identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros como “un lugar agradable”, y el 33,3% expresa que “se siente satisfecho(a) con el lugar”.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

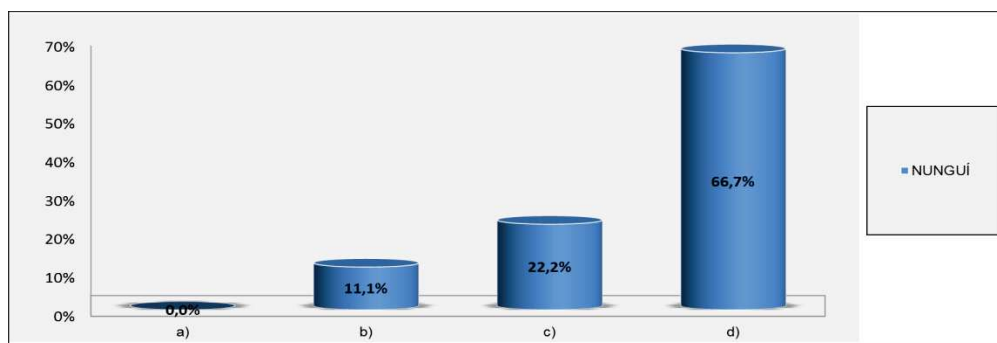


(c)



(d)

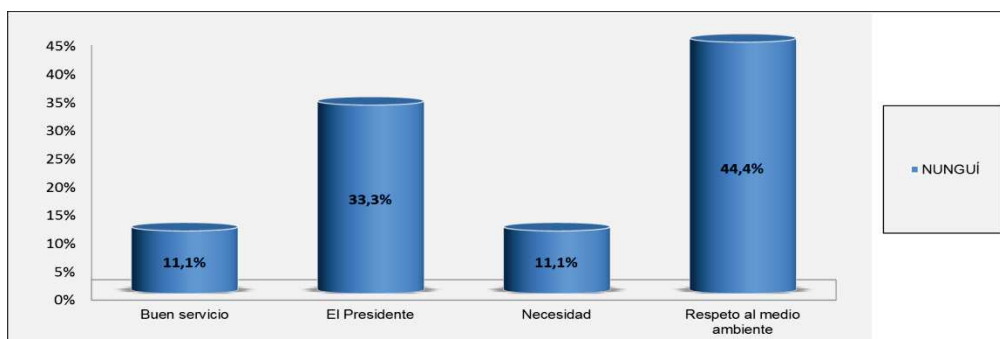
Pregunta 7, Nunguí



El 66,7% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, el 22,2% con la bandera de la parroquia y el 11,1% restante con la bandera tricolor.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Nunguí



Los habitantes de la comunidad Nunguí expresan con un 44,4% que el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros se identifica con la característica “respeto al medio ambiente”. El 33,3% opina que es el presidente; y, finalmente, con un empate porcentual del 11,1% los parámetros “buen servicio y necesidad”.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

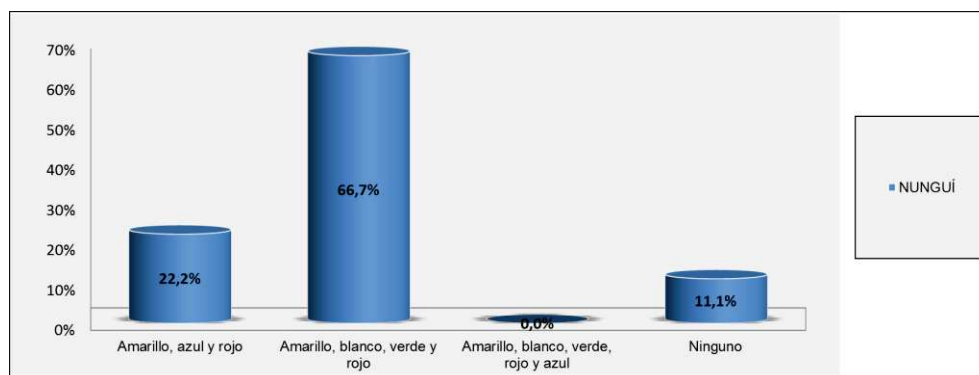
Pregunta 9, Nunguí



En esta pregunta, el 66,7% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, el 22,2% expresó la opción de “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión Ambiental”; y, finalmente, con el 11,1% los encuestados dicen que la misión del GAD es “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Nunguí



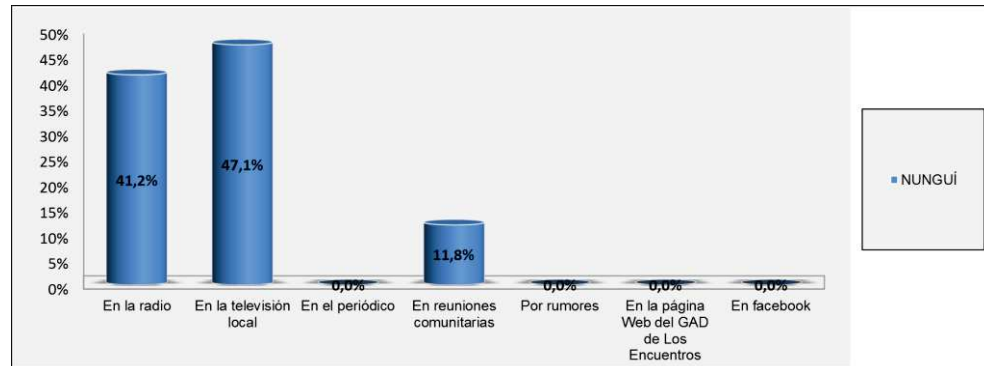
Se observa que el 66,7% de los habitantes de la comunidad Nunguí identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores “amarillo, blanco,

verde y rojo”; el 22,2% los colores “amarillo, azul y rojo” y el 11,1% no identifica a la entidad con ningún color.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

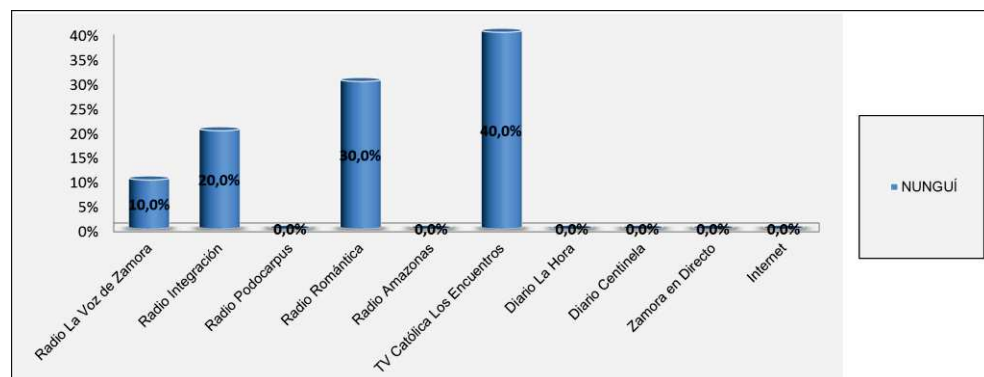
Pregunta 11, Nunguí



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad Nunguí indican que el 47,1% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local, el 41,2% en la radio; y, finalmente, el 11,8% se informa a través de reuniones comunitarias.

12. ¿Cuál medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Nunguí

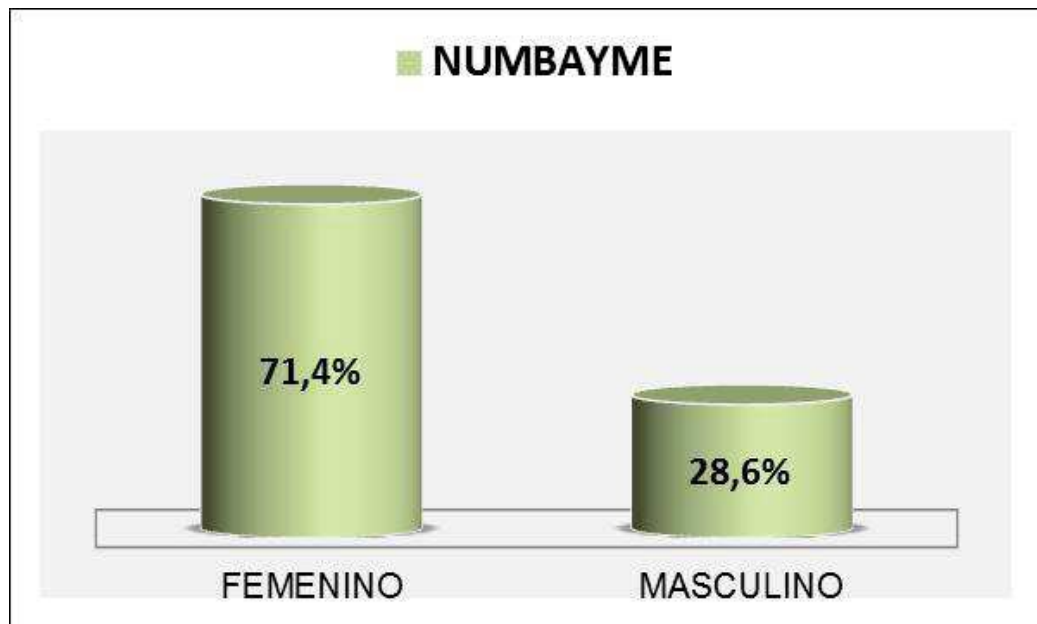


Según los encuestados el 40,0% prefiere TV Católica Los Encuentros, el 30,0% Radio Romántica, el 20% Radio Integración; y el 10,0% opta por la emisora La Voz de Zamora como su medio de comunicación preferido.

COMUNIDAD: NUMBAYME

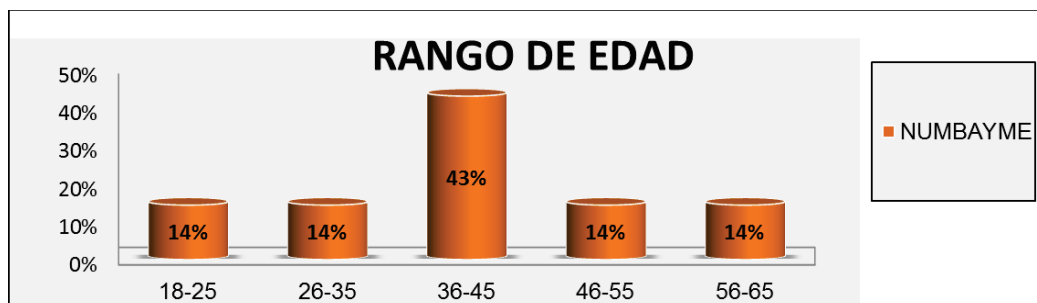
DATOS PERSONALES:

Género, Numbayme



En la comunidad de Numbayme el 71,4% de las personas encuestadas pertenece al género femenino, y el 28,6% al género masculino.

Rango de edad, Numbayme

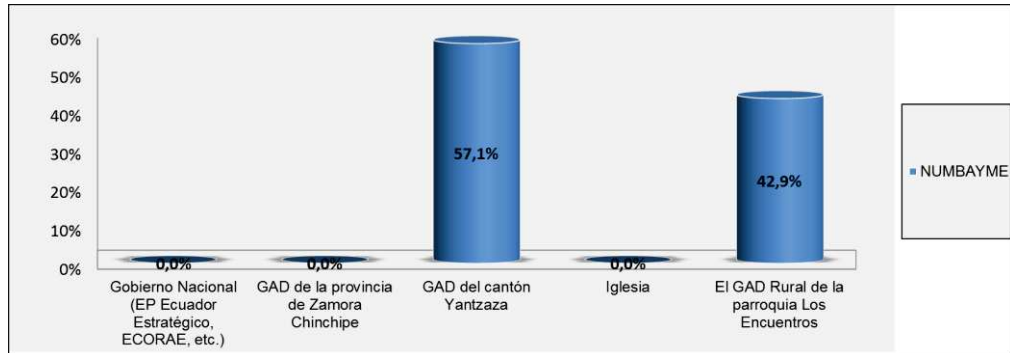


El 43,0% de personas encuestadas en la comunidad de Numbayme corresponde al rango de edad de 36-45 años, y con un empate porcentual del 14% se da para las siguientes categorías de edades: 18-25 años, 26-35 años, 46-55 años, y 56-65 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

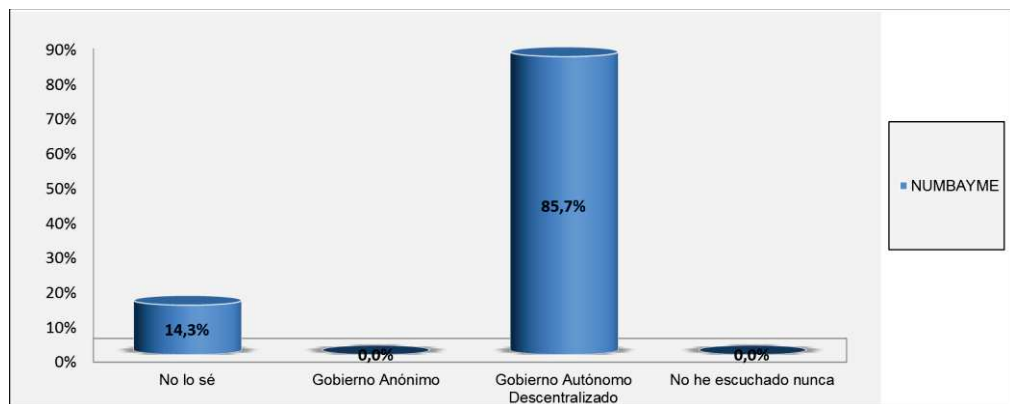
Pregunta 1, Numbayme



Con respecto a las visitas a las instituciones expuestas en el gráfico, el 57,1% de encuestados acude con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros, y el 42,9% asiste a la iglesia.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

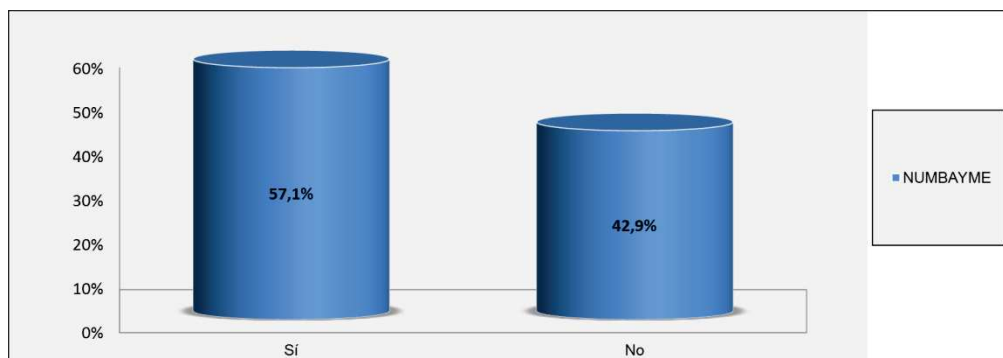
Pregunta 2, Numbayme



En este gráfico el 85,7% de personas respondió que sí conoce lo que significa GAD, mientras que el 14,3% manifestó que desconoce.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

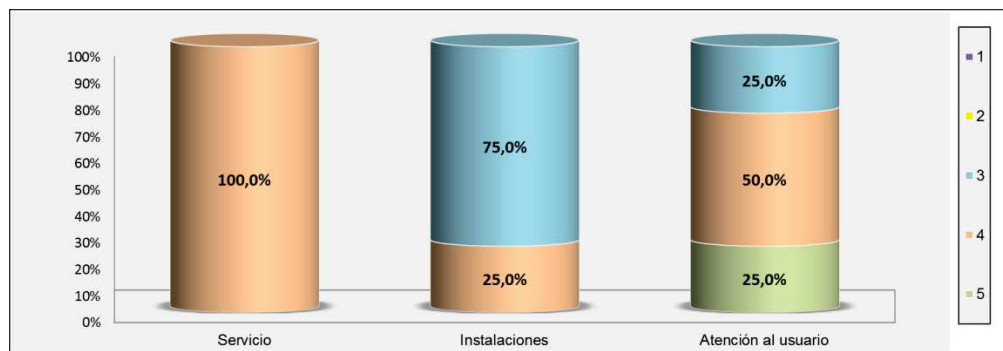
Pregunta 3, Numbayme



El 57,1% de los habitantes de la comunidad de Numbayme dijo que ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 42,9% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

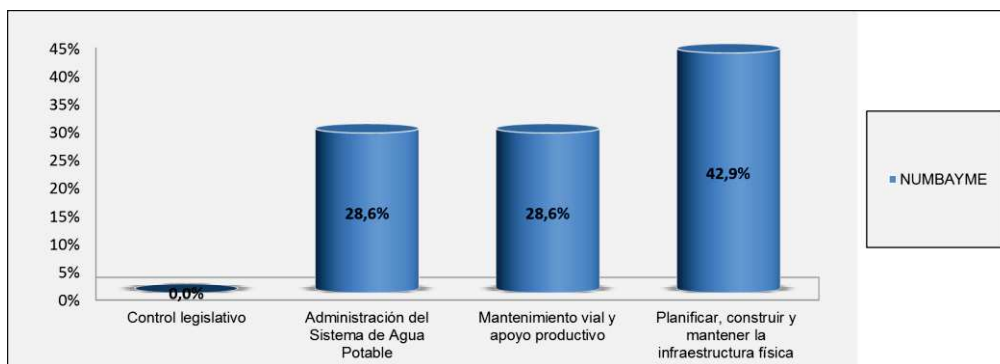
Pregunta 4, Numbayme



Se observa en el gráfico que el 25,0% de los encuestados califica con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario. Con el 100% los encuestados califican con 4 puntos al servicio, el 50,0% la atención al cliente y el 25,0% las instalaciones. Mientras que el 75,0% de los habitantes de Numbayme califica con 3 puntos a las instalaciones y con el 25,0% la opción de atención al usuario.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

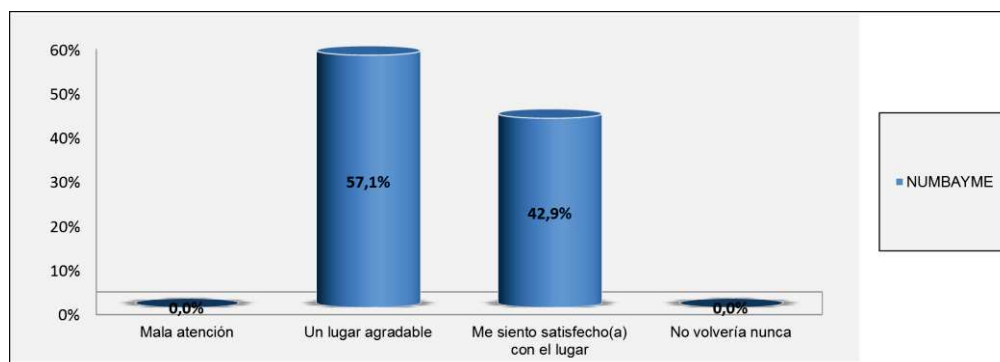
Pregunta 5, Numbayme



ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Numbayme



Como se muestra en el gráfico, el 57,1% dice que lo identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros como un lugar agradable, y el 42,9% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



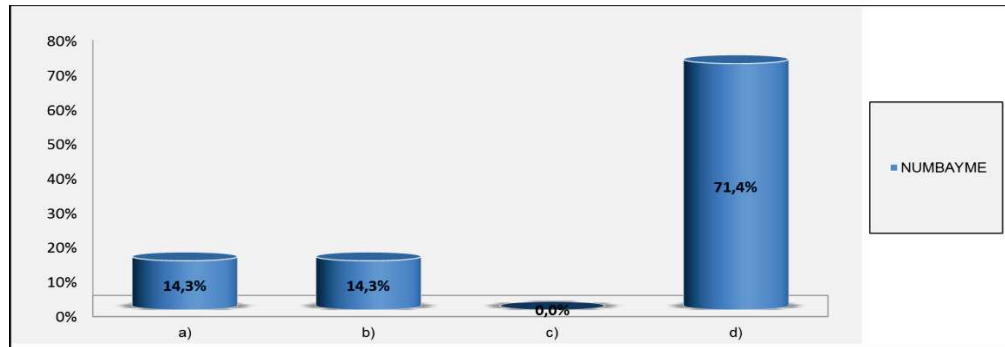
(a)

(b)

(c)

(d)

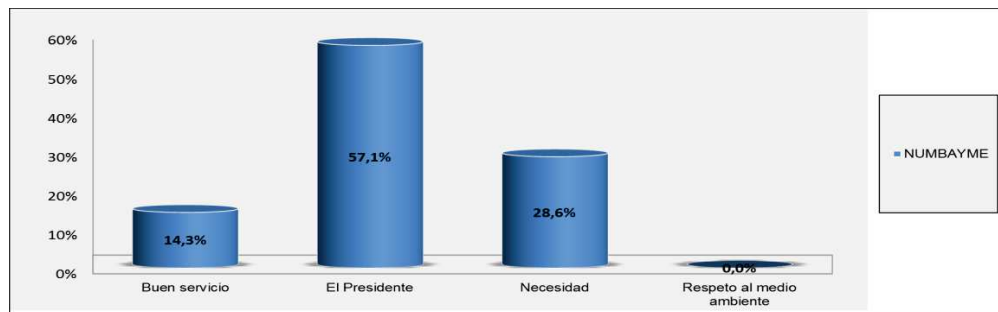
Pregunta 7, Numbayme



El 71,4% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la iglesia, el 14,3% con el escudo, y con el mismo porcentaje del 14,3% la opción (b).

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Numbayme



Los habitantes de la comunidad de Numbayme expresan, con un 57,1% que es el presidente una de las características que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 28,6% dice que es una necesidad; y, finalmente, el 14,3% expresa sobre el buen servicio.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

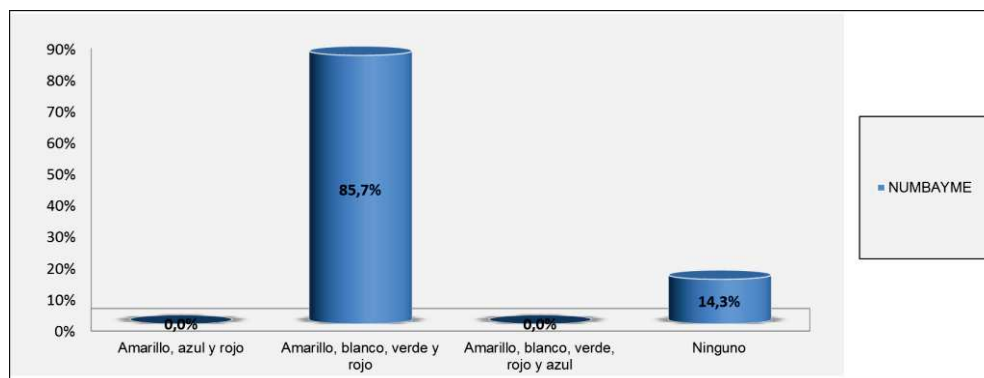
Pregunta 9, Numbayme



El siguiente gráfico indica que el 57,1% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”. Con un porcentaje del 28,6% expresó la opción de “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión Ambiental”, mientras que el 14,3% opinó que la misión del GAD es “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Numbayme

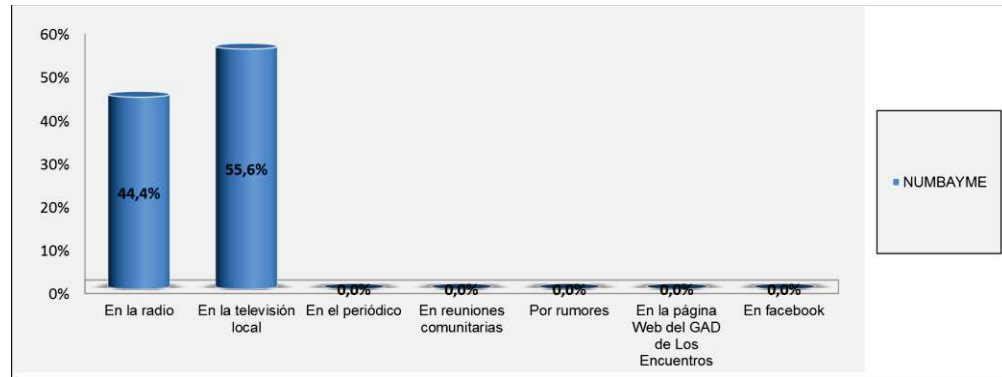


Se observa que el 85,7% de los habitantes de la comunidad de Numbayme identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores amarillo, blanco, verde y rojo; y el 14,3% no se identifica con ningún color.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

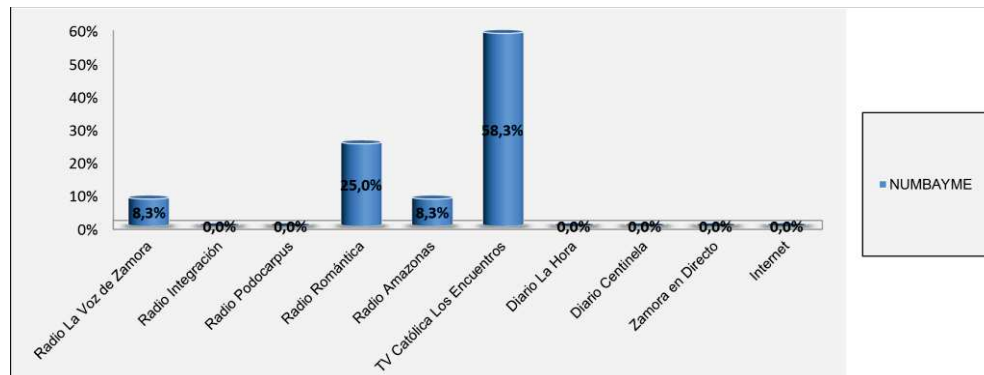
Pregunta 11, Numbayme



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad encuestada demuestran que el 55,6% se entera del accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros en la televisión local, y el 44,4% en la radio.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Numbayme

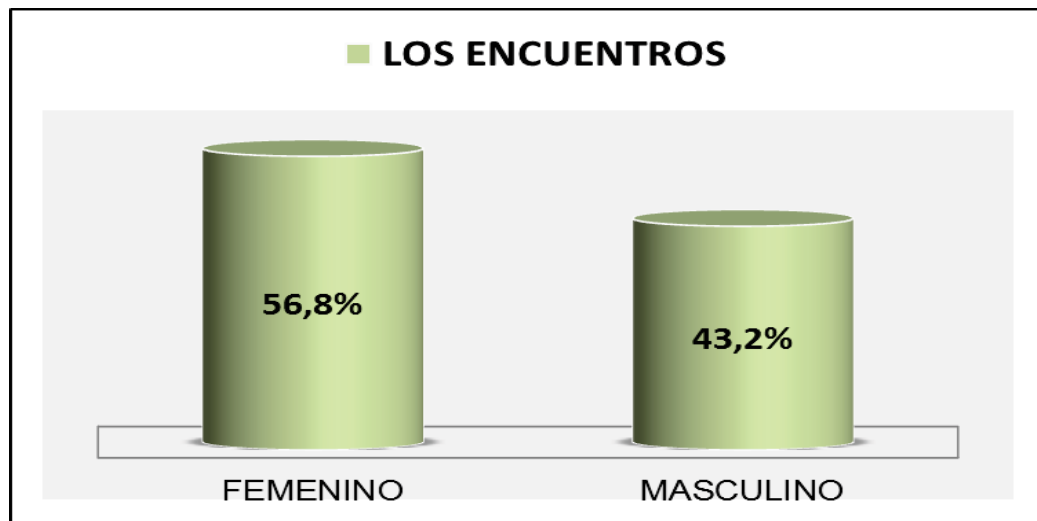


Según la opinión de los habitantes de la comunidad de Numbayme, el 58,3% prefiere TV Católica Los Encuentros, el 25% Radio Romántica, y con un empate del 8,3% los encuestados optan por las radios La Voz de Zamora y Amazonas.

COMUNIDAD: LOS ENCUENTROS

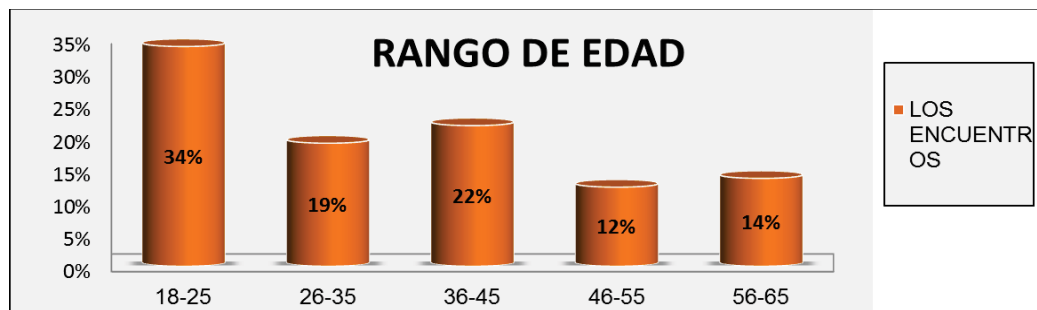
DATOS PERSONALES:

Género, Los Encuentros



El 56,8% de las personas encuestadas en la cabecera parroquial Los Encuentros son del género femenino; y, el 43,2%, masculino.

Rango de edad, Los Encuentros

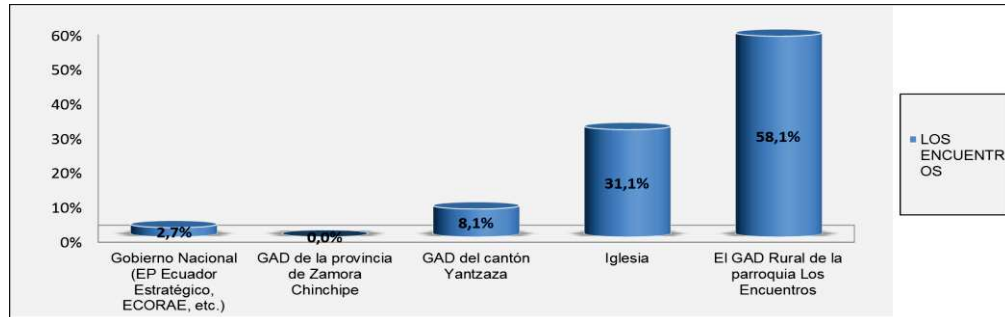


El 34,0% de personas encuestadas corresponde al rango de edad de 18-25 años, el 22,0% la categoría de 36-45, el 19,0% corresponde al rango de edad de 26-35 años, en penúltimo lugar las edades de 56-65 años, y, finalmente, con el 12,0% ocupa las edades de 46-55 años.

ÁREA DE POSICIONAMIENTO

1. ¿De las siguientes instituciones, cuál es la que usted visita con mayor frecuencia?

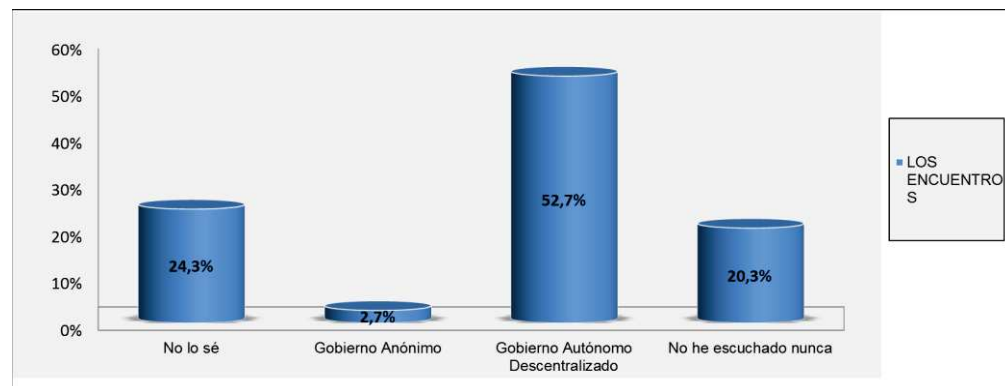
Pregunta 1, Los Encuentros



Con respecto a las visitas, a las instituciones expuestas en la gráfica, el 58,1% de encuestados concurre con mayor frecuencia al GAD Rural parroquial de Los Encuentros. El 31,1% asiste a la iglesia, el 8,1% visita al GAD del cantón Yantzaza; mientras que el 2,7% acude al Gobierno Nacional.

2. ¿Conoce usted lo que significa GAD?

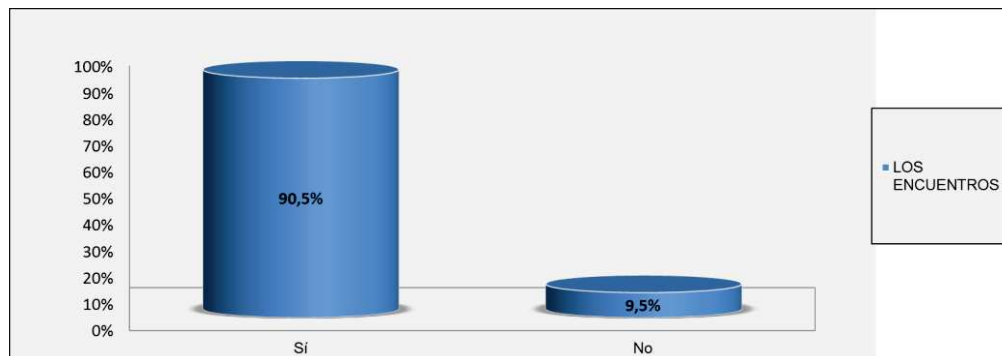
Pregunta 2, Los Encuentros



En este gráfico el 52,7% de personas señala que sí conoce el significado de GAD, el 20,3% no ha escuchado nunca, el 24,3% respondió que no sabe; y, finalmente, el 2,7% dice que es gobierno anónimo.

3. ¿Ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

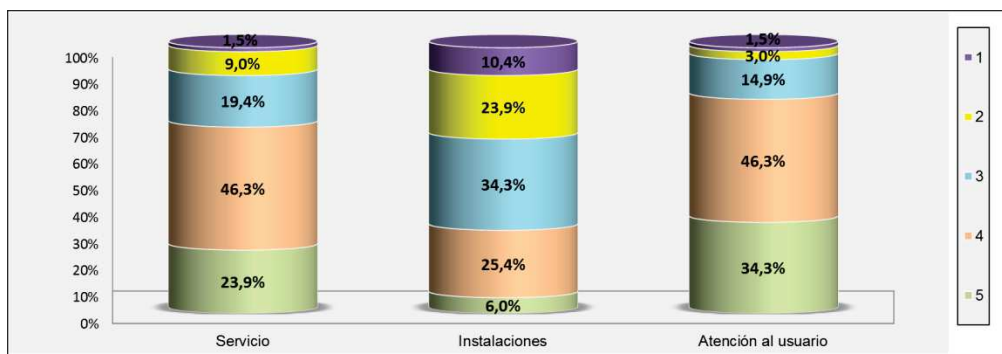
Pregunta 3, Los Encuentros



El 60,9% de los habitantes de la comunidad El Padmi dice que ha visitado las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, en cambio el 39,1% respondió que no.

4. ¿Cuál fue su percepción cuando visitó las instalaciones del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros? Califique los siguientes aspectos del 1 al 5; siendo 1 lo peor y 5 lo mejor.

Pregunta 4, Los Encuentros

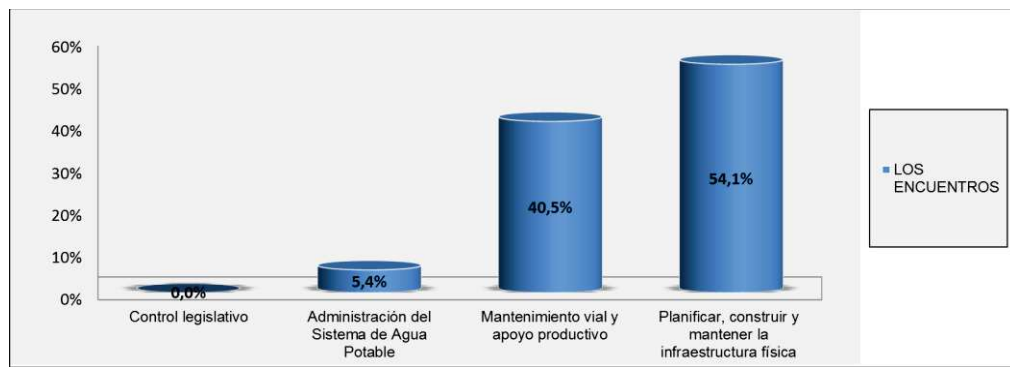


El 34,3% de los habitantes de la comunidad de Los Encuentros califica con 5 puntos (lo mejor) la atención al usuario, el 23,9% al servicio y un 6,0% a las instalaciones que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros. Con una igualdad del 46,3% los encuestados califican con 4 puntos el servicio y la atención al usuario; y el 25,4% a las instalaciones. Mientras que el 34,3% los pobladores califican con 3 puntos a las instalaciones, el 19,4% el servicio y el

14,9% opta por la atención al usuario. El 23,9% de los encuestados califica con 2 puntos a las instalaciones, un 9,0% el servicio, y el 3,0% la atención al usuario. Finalmente, con el 10,4% los encuestados califican con 1 punto (lo peor) a las instalaciones y con el mismo porcentaje del 1,5% la atención al usuario y el servicio.

5. Según su criterio, ¿cuáles son los servicios que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 5, Los Encuentros

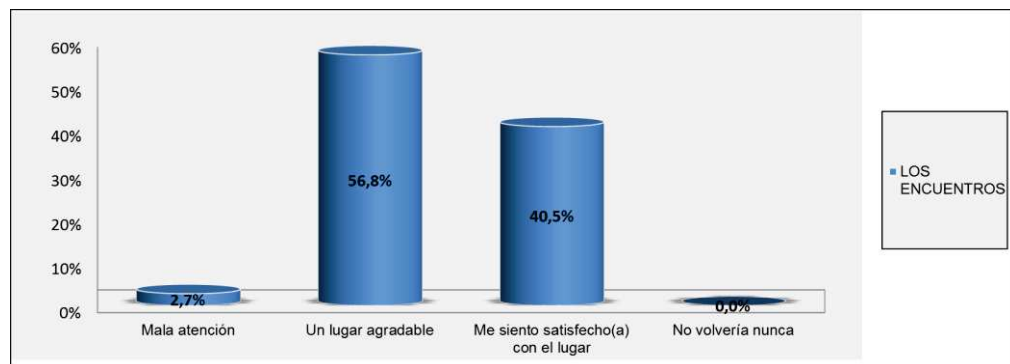


Se observa que el 54,1% de los encuestados afirma que el “planificar, construir y mantener la infraestructura física” es el servicio que ofrece el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros, el 40,5% el “mantenimiento vial y apoyo productivo” y el 5,4% consideró la administración del sistema de agua potable.

ÁREA DE IDENTIDAD E IMAGEN

6. ¿Cómo identifica usted al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 6, Los Encuentros



Como se muestra en el gráfico el 56,8% dice que lo identifica al GAD como un lugar agradable, el 40,5% expresa que se siente satisfecho(a) con el lugar, y el 2,7% identifica al GAD con mala atención.

7. ¿Cuál de las siguientes imágenes visuales identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?



(a)



(b)

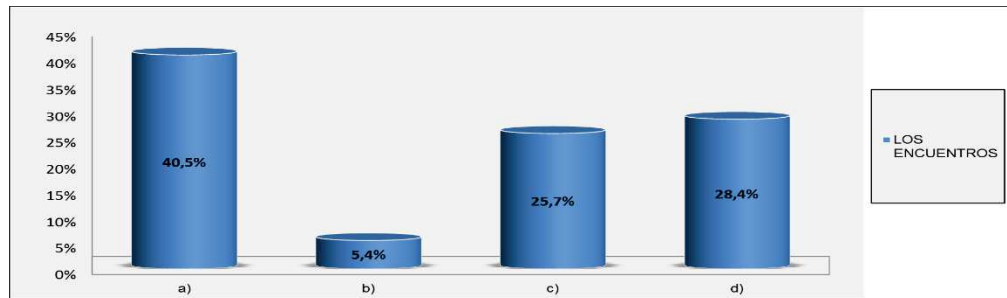


(c)



(d)

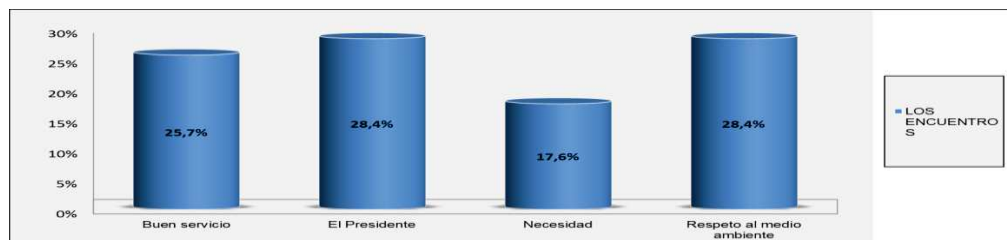
Pregunta 7, Los Encuentros



El 40,5% de encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con la imagen del escudo, el 28,4% con la iglesia, el 25,7% señala la opción b; y, finalmente, el 5,4% lo identifica con la bandera tricolor.

8. ¿Cuáles son las características con las que se identifica el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 8, Los Encuentros

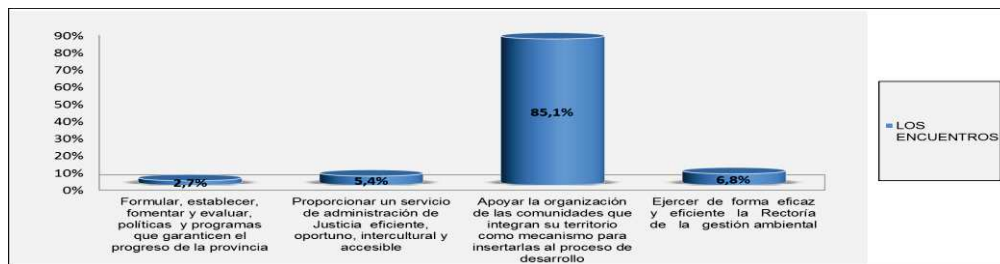


Los habitantes de Los Encuentros expresan con el 28,4% que se identifican con la característica del “Respeto al medio ambiente”, y con similar porcentaje

al “presidente” del GAD. El 25,7% dice que es el “Buen servicio”, y con el 17% los encuestados revelan que es por “Necesidad”.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión que tiene el GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

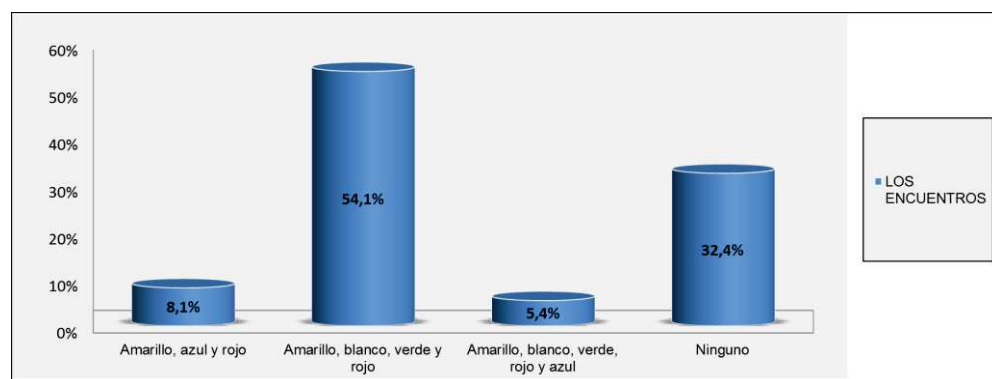
Pregunta 9, Los Encuentros



En esta pregunta, el 85,1% de la comunidad dijo que la misión del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros es “Apoyar la organización de las comunidades que integran su territorio como mecanismo para insertarlas al proceso de desarrollo”, el 6,8% expresó la opción “Ejercer de forma eficaz y eficiente la Rectoría de las Gestión Ambiental”, el 5,4% señaló “Proporcionar un servicio de administración de justicia eficiente, oportuno, intercultural y accesible”; y, finalmente, el 2,7% de los encuestados comentó que la misión del GAD es “Formular, establecer, fomentar y evaluar políticas y programas que garanticen el progreso de la provincia”.

10. ¿Cuáles son los colores que identifican al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

Pregunta 10, Los Encuentros

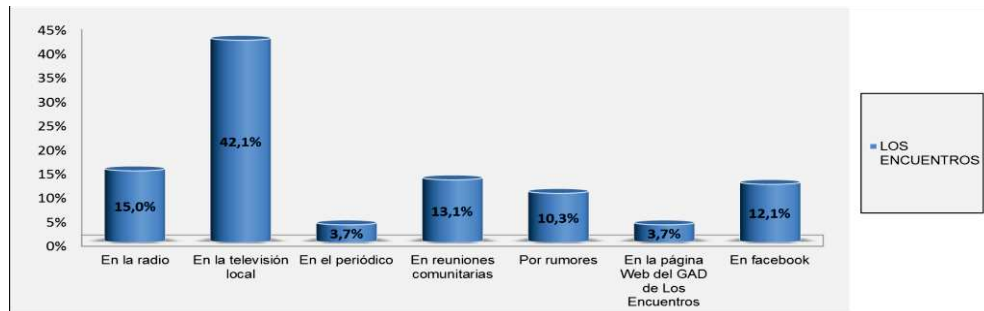


Se observa que el 54,1% de los encuestados identifica al GAD Rural de la parroquia Los Encuentros con los colores “amarillo, blanco, verde y rojo”; el 32,4% manifiesta que no lo identifica con ningún color. El 5,4% opta por el “amarillo, blanco, verde, azul y rojo”; y el 4,3% eligió amarillo, azul y rojo.

ÁREA DE COMUNICACIÓN

11. ¿Por qué medio se entera usted sobre el accionar del GAD Rural de la parroquia Los Encuentros?

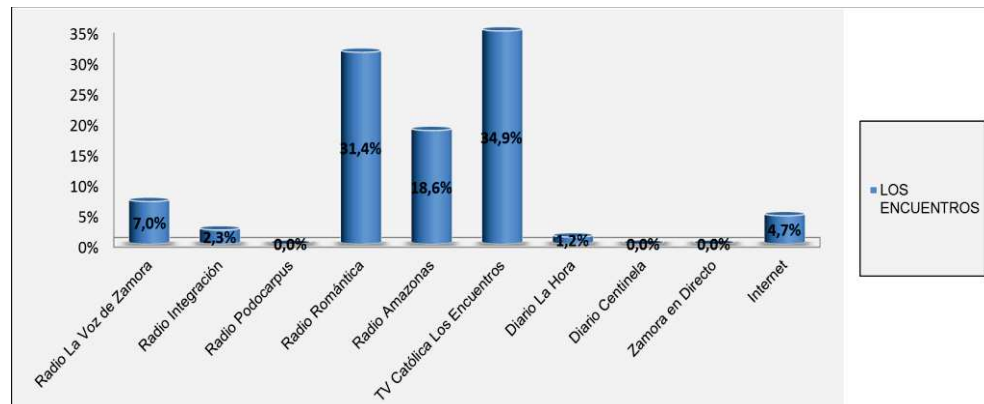
Pregunta 11, Los Encuentros



Los datos reflejados según la opinión de la comunidad de Los Encuentros demuestran que el 42,1% se entera del accionar del GAD parroquial en la televisión local. El 15,0% en la radio, el 13,1% a través de reuniones comunitarias, el 12,1% prefiere la red social Facebook, el 10,3% se informa a través de rumores; y, finalmente, con un empate porcentual del 3,7% los encuestados optan por el periódico y la página Web del GAD de los Encuentros.

12. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted?

Pregunta 12, Los Encuentros



Los encuestados de esta comunidad eligen como medio de información a la TV Católica Los Encuentros con un porcentaje de aceptación del 34,9%, el 31,4% opta por Radio Romántica, el 18,6% por Radio Amazonas, el 4,7% elige Radio La Voz de Zamora, el 4,7% prefiere Internet para informarse, el 2,3% Radio Integración; y, en último lugar, Diario la Hora con el 1,2% de favoritismo.