



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL,
ORIENTADA A GENERAR DEMOCRACIA PARTICIPATIVA AL INTEGRAR
A LA COMUNIDAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
EN LAS ASAMBLEAS DE LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Licenciada en Comunicación Corporativa

Profesor Guía:
Vinicio Aguinaga MSc.

Autora:
Tamara Jacqueline Fierro Mendoza

Año
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

Vinicio Aguinaga
Máster en Ciencias
C.I.: 170824065-8

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Tamara Jacqueline Fierro Mendoza

C.I.: 172135503-8

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer especialmente a mis padres Tammy y Raúl, que son mi fortaleza, a mis hermanos, a mi amor Byron, a la profe Paty y a todos quienes creen y confían en mí.

Gracias a ti Dios.

DEDICATORIA

Dedico el resultado de mi esfuerzo a mis papis y abuelos, especialmente a Nelly. Con todo mi corazón, todo sea por ustedes y para ustedes.

RESUMEN

La Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, en el Distrito Metropolitano de Quito se encarga de planificar y manejar todos los temas de participación y coordinarlo con las ocho Administraciones Zonales, incluyendo el proceso de Presupuestos Participativos.

La falta de difusión de información acerca del proceso de Presupuestos Participativos, por parte de la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, conlleva a que los ciudadanos desconozcan y no ejerzan su derecho de participación ciudadana.

Los Presupuestos Participativos (PP), son un proceso de democracia directa y voluntaria que permiten que la ciudadanía analice, discuta y decida la priorización de obras sobre presupuesto destinado por la municipalidad para cada sector.

En ese contexto, el principal objetivo del trabajo de tesis es proponer una campaña de comunicación para la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de socializar el proceso de Presupuestos Participativos en todo el Distrito Metropolitano de Quito.

Dentro de la metodología de investigación aplicada en el proyecto de tesis, se realizó observación directa en cada unidad de Análisis, es decir en cada Administración Zonal; se dialogó con los distintos actores implicados en este proceso democrático; además, que toda la información presentada se respalda con documentación y diversa bibliografía relacionada con temas de comunicación y participación ciudadana. Bajo un enfoque mixto se aplicó una encuesta a una muestra de 626 personas de toda la población del Distrito Metropolitano de Quito y se realizaron varias entrevistas, relacionadas a la difusión del proyecto Municipal de Presupuestos Participativos.

Entre las conclusiones de la investigación realizada, se comprobó que existe desinformación por parte de la ciudadanía sobre el proceso de Presupuestos Participativos y sobre el derecho que tienen de incidir en los asuntos públicos generando una verdadera democracia participativa; además, que no existe un plan de comunicación que dirija un mensaje claro entre la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana y las ocho Administraciones Zonales hacia la ciudadanía.

Es así que, la campaña de Comunicación propuesta, pretende fomentar la participación activa de la ciudadanía para la socialización y adecuado cumplimiento del proceso democrático de Presupuestos Participativos.

ABSTRACT

The Ministry of Territorial Coordination and Citizen Participation in the Metropolitan District of Quito is responsible for planning and managing all issues of participation and coordinate it with the eight zonal administrations, including the Participatory Budgeting process.

The lack of dissemination of information about the Participatory Budgeting process, by the Ministry of Territorial Coordination and Citizenship, entails that citizens do not exercise their right to participation.

Participatory Budgeting (PB) is a process of direct democracy; citizens can analyze, discuss and decide on the prioritization of projects by the municipal budget for each sector.

In this context, the main objective of the thesis is to propose a communication campaign for the Ministry of Territorial Coordination and Citizen Participation of Metropolitan District of Quito, to socialize the Participatory Budgeting process throughout the Metropolitan District Quito.

Within the applied research methodologist in the thesis project, direct observation was performed on each unit of analysis, it means in each Zonal Administration, there was a dialogue with all the actors involved in this democratic process, moreover, that all information submitted is supported by documentation and diverse literature related to issues of communication and participation. Under a mixed approach was applied to a sample survey of 626 people from the entire population of the Metropolitan District of Quito and conducted several interviews, related to the diffusion of the project Municipal Participatory Budget.

One of the conclusions found in the investigation was the misinformation from the citizens about the Participatory Budgeting process and on the right that they

have to influence in public affairs, generating a true participatory democracy, moreover, that there is no plan communication that addresses a clear message from the Ministry of Territorial Coordination and Citizenship and the eight zonal administrations towards the citizen. Thus, the communication campaign proposal aims at encouraging the active participation of citizens in the socialization and proper fulfillment of the democratic process of Participatory Budgeting.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1 CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN AL FASCINANTE MUNDO DE LA COMUNICACIÓN	4
1.1 ANTECEDENTES	4
1.2 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN	4
1.3 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.....	5
1.4 TIPOS DE COMUNICACIÓN	8
1.5 PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN.....	10
1.6 PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN.....	12
1.7 TEORÍAS Y ESCUELAS DE COMUNICACIÓN.....	13
1.8 LA INFORMACIÓN.....	14
1.8.1 Diferencias entre Comunicación e Información.....	15
1.9 ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA.....	16
1.10 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.....	17
1.10.1 Estrategias de la Comunicación.....	18
1.11 EL PARADIGMA DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL DEL SIGLO XXI.....	18
1.12 COMUNICACIÓN CORPORATIVA.....	20
1.12.1 La Identidad Corporativa.....	21
1.12.2 La Imagen Corporativa	21
1.12.3 La Cultura Corporativa.....	22
1.13 COMUNICACIÓN INTERNA	23
1.14 COMUNICACIÓN EXTERNA	24
1.15 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC'S).....	25
1.15.1 Antecedentes y Definición de las TIC	25
1.16 LAS RELACIONES PÚBLICAS.....	26
1.16.1 Los Públicos.....	27
1.16.2 Elementos de las Relaciones Públicas	28
1.16.3 Función de los Medios de Comunicación en las RRPP	29
1.17 LA OPINIÓN PÚBLICA.....	31
1.18 LA PERSUASIÓN.....	31
1.18.1 Relación entre Comunicación y Persuasión	33
1.19 EL ARTE DEL LOBBYING	34
1.20 EL MARKETING.....	35
1.20.1 Marketing Social	36
1.21 LA PUBLICIDAD.....	37

2	CAPÍTULO II: COMUNICANDO PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y GENERANDO DEMOCRACIA PARTICIPATIVA.....	39
2.1	PLAN O CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	39
2.2	DESARROLLO SOCIAL DESDE LA COMUNICACIÓN.....	46
2.2.1	Estrategias de Comunicación aplicables a una Sociedad.....	48
2.2.2	La Comunicación y los Sistemas Sociales.....	49
2.3	RELACIÓN ENTRE EL GOBIERNO LOCAL Y LOS CIUDADANOS.....	50
2.3.1	Definición de Gobierno Local.....	50
2.3.2	Comunicación de los Gobiernos Locales.....	51
2.3.3	Comunicación Relacional con los Ciudadanos	53
2.3.4	Proceso Participativo en el Gobierno Local	54
2.4	PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....	55
2.4.1	Definición de Participación.....	56
2.4.2	Nueva definición de Ciudadanía	58
2.4.3	Definición de Participación Ciudadana	58
2.4.4	Objetivos de la Participación Ciudadana	60
2.4.5	Niveles de Participación.....	61
2.4.6	Tipos de Participación Ciudadana	63
2.4.7	Medición de la Participación Ciudadana	64
2.4.8	Gobiernos Participativos con Poder de Decisión	65
2.4.9	Marcos Legales de la Participación Ciudadana	67
2.5	GESTIÓN PARTICIPATIVA	68
2.5.1	Herramientas de Comunicación para la Gestión Participativa	69
2.6	DEMOCRACIA PARTICIPATIVA	70
2.6.1	Definición de Democracia.....	70
2.6.2	Diferencia entre Democracia Representativa y Democracia Participativa	71
2.6.3	Modelos de Democracia Participativa.....	72
3	CAPÍTULO III: PROCESO DE LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.....	74
3.1	MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.....	74
3.1.1	¿Qué es que Regula?.....	74
3.1.2	Estructura Orgánica Funcional del MDMQ	75
3.1.3	División	77
3.1.3.1	Secretarías.....	77
3.1.3.2	Administraciones Zonales	78
3.2	LA SECRETARÍA DE COORDINACIÓN TERRITORIAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....	80
3.2.1	Objetivo de la Secretaría	80

3.2.2	Enfoque	81
3.3	SISTEMA DE PARTICIPACIÓN EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	82
3.3.1	Gestión Participativa	83
3.4	PROCESO DE PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS.....	84
3.4.1	Antecedentes	84
3.4.2	Definición	85
3.4.3	¿Para qué sirven los Presupuestos Participativos?.....	85
3.4.4	Principios de los Presupuestos Participativos.....	87
3.4.5	Ventajas y Dificultades de la implementación de los Presupuestos Participativos.....	89
3.5	PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN ECUADOR.....	90
3.5.1	Principios formadores del Presupuesto Participativo en el Ecuador.....	92
3.5.2	Fundamento Legal de los Presupuestos Participativos	93
3.6	FUNCIONAMIENTO Y PROCESO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	94
3.6.1	Requerimientos para implantar el proceso de Presupuesto Participativo en un Municipio	94
3.6.2	Estructura Orgánica Funcional del proceso de Presupuestos Participativos en la ciudad de Quito.....	95
3.6.3	Criterios de Distribución Presupuestal y Priorización de Obras en el DMQ	96
3.6.4	Programas del proceso de Presupuestos Participativos en la ciudad de Quito.....	97
3.6.5	Porcentaje de Presupuesto Participativo asignado en el Distrito Metropolitano de Quito.....	98
3.6.6	Proceso de Presupuestación participativa en el DMQ 2013.....	99
3.6.7	Presupuesto para el Proceso de Presupuestos Participativos en el DMQ 2013.....	101
3.7	ASAMBLEAS DE LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN EL DMQ.....	103
3.7.1	Origen de las Asambleas de Presupuesto Participativo en el DMDQ	103
3.7.2	Preparación y Directrices de las Asambleas de Presupuesto Participativos	103
3.7.3	¿Cómo funcionan las Asambleas de los Presupuestos Participativos?.....	104
3.7.4	¿Cómo formar parte de una Asamblea de PP?	105
3.7.5	Desafíos de las Asambleas de Presupuestos Participativos.....	106
3.8	RESUMEN DEL PROCESO DE ASAMBLEAS DE PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN EL DMQ.....	107

4	CAPÍTULO IV: DIAGNOSTICO DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES QUE IMPLEMENTAN LAS OCHO ADMINISTRACIONES ZONALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PROCESO DE PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS	109
4.1	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	109
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	109
4.3	METODOLOGÍA.....	110
4.3.1	Alcance	112
4.4	ESTIMACIÓN DE PARÁMETROS	113
4.4.1	Población	113
4.5	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	117
4.5.1	Entrevista.....	117
4.5.2	Encuesta.....	121
4.5.3	Tabulación de la Encuesta.....	122
5	CAPITULO V: PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA SOCIALIZAR LA CONFORMACIÓN DE LAS ASAMBLEAS Y EL ADECUADO CUMPLIMIENTO DEMOCRÁTICO DEL PROCESO DE LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.....	123
5.1	MATRIZ ESTRATÉGICA.....	124
5.2	MATRIZ TÁCTICA.....	125
5.3	MATRIZ DE CRONOGRAMA.....	128
5.4	MATRIZ DE PRESUPUESTO	129
5.5	MATRIZ DE EVALUACIÓN	130
6	CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	131
6.1	CONCLUSIONES.....	131
6.2	RECOMENDACIONES	132
	Referencias	134
	Anexos	140

INTRODUCCIÓN

Varios países de América Latina, entre ellos Ecuador, dejaron a un lado regímenes autoritarios para iniciar procesos democráticos que para Maravi Sumar (1998, p. 136) son mecanismos que amplían la capacidad ciudadana de incidir en asuntos públicos, que aumentan la participación y el control ciudadano sobre el gobierno.

Todo ciudadano residente en el Distrito Metropolitano de Quito tiene el derecho a participar en el proceso de formulación, planeamiento, ejecución, seguimiento y control de planes, programas, proyectos orientados a satisfacer sus necesidades y aspiraciones, así como en la evaluación y recepción de la rendición de cuentas del MDMQ. (Ordenanza Metropolitana No. 187, art. I 50).

Como antecedente cabe recalcar que el Distrito Metropolitano de Quito se divide en ocho zonas estratégicas en donde se ha colocado una Administración Zonal que se preocupa por atender correctamente las necesidades de las parroquias y barrios dentro de la respectiva circunscripción.

Además, la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana es la entidad mediadora entre los barrios, parroquias y las Administraciones Zonales, con todo lo relacionado a temas de Participación, incluido el Proceso de Presupuestos Participativos.

Para Cabannes (2004, p.11) el Presupuesto de Presupuesto Participativo es un proceso de democracia directa y voluntaria, en el que el pueblo discute y decide sobre el presupuesto público.

Dentro del proceso, se conforman las denominadas Asambleas de Presupuesto Participativo. “Las asambleas se regirán por los principios de democracia, equidad de género y generacional, alterabilidad de sus dirigentes y rendición de

cuentas periódicas. Se regularán por sus propios estatutos y formas de organización de acuerdo con la Constitución y la Ley.” (Art. 58, Ley Orgánica del Concejo de Participación Ciudadana y Control Social).

La preparación de las Asambleas de Presupuesto Participativo se considera fundamental para procesar la información, que de manera estandarizada se presentará para conocimiento y decisión de la ciudadanía.

Uno de los principales objetivos que busca alcanzar el trabajo de tesis propuesto es fomentar la activa participación de los pobladores de la ciudad de Quito y en las ocho administraciones zonales del Municipio del Distrito Metropolitano para lograr el adecuado cumplimiento del proceso de Presupuestos Participativos, a través de la propuesta de una campaña de comunicación para la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana del Municipio de Quito, con el fin de socializar el proceso.

El éxito para difundir información a la sociedad acerca de distintos temas de relevancia, es usar campañas de comunicación. En fin la característica común a todos los tipos o modalidades de campañas de comunicación, es que son persuasivas, buscan influir sobre la conducta de algunos públicos o agentes sociales. (Báez, 2000, p. 19).

Otro de los objetivos que se pretende alcanzar es identificar la importancia de la comunicación y de las estrategias comunicacionales más idóneas, que causen resultados efectivos al ser aplicadas en la sociedad. Por lo que más adelante se detallan varios conceptos e ideologías de distintos autores, relacionados con el tema de comunicación, participación y democracia.

En ese contexto, el autor Peak, W. (citado en Latimorre et. al, 2007, p. 220) aporta que la comunicación con los sistemas sociales se entiende como la participación planeada, activa y continua de una institución con una comunidad y dentro de ella, para así mantener un ambiente adecuado y lograr un beneficio

mutuo, como sucede en el caso de Presupuestos Participativos, que beneficia a los ciudadanos que ejercen su derecho de participación y al Municipio que sustenta una buena imagen, al promover un proceso democrático.

Además, en el trabajo presentado se detalla el proceso de Presupuestos Participativos en el Distrito Metropolitano de Quito haciendo énfasis en las estrategias de comunicación utilizadas durante el proceso. Por lo que se realizó una investigación completa, basada en observación participativa, dialogo y documentación. También se hicieron entrevistas y se aplicaron encuestas para sondear el nivel de conocimiento que tienen los ciudadanos de Quito sobre el Proceso de los Presupuestos Participativos en cada Administración Zonal, teniendo como resultado desinformación del proceso, por lo que el trabajo presentado a continuación pretende dar solución a los problemas comunicacionales que se presentan en este importante proyecto democrático, con la propuesta de estrategias que incentiven la participación de los ciudadanos y la efectiva socialización del proceso, generando oportunidades equitativas para todos los residentes del Distrito Metropolitano de Quito.

Democracia y Participación implican reconocer la diversidad del pensamiento, opiniones, convicciones y visiones de los asuntos públicos, además que democracia también alude a la idea del poder del pueblo. Enrique Pastor (2009, p. 35).

1 CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN AL FASCINANTE MUNDO DE LA COMUNICACIÓN

1.1 ANTECEDENTES

El nacimiento de la Comunicación se vincula con el desarrollo de la propia historia. Mercedes Román (2000, p. 5). Una perspectiva distinta es dada por Julio Montero y José Ruedas (2001, p. 18), quienes consideran que la historia de la Comunicación no se la puede relacionar con la historia de la prensa; como muchos autores lo han propuesto, pues, la Comunicación se sitúa en un nivel distinto a la del apareamiento de cada medio de Comunicación.

La historia de la Comunicación empieza con la transmisión y recepción de ideas, mensajes e información; en los últimos años se fueron desarrollando distintas formas que nos permitieron acceder a diferentes tipos de Comunicación: visual, verbal, escrita, auditiva, etc. (Checa, 2000, p. 3).

En base a lo propuesto por los autores, se concluye que los seres humanos desde siempre hemos tenido la necesidad de transmitir, ideas, proyectos, pensamientos, etc. Desde que existió el hombre buscó siempre una forma de comunicarse. Además es improbable considerar la aparición de la prensa, como inicio de la historia de la Comunicación; pues cada uno de los medios comunicacionales se ha creado en distintas épocas y la Comunicación se debe basar en la historia de la humanidad, no en la aparición de los medios.

1.2 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN

Existe un sin número de definiciones de lo que es Comunicación. Como por ejemplo, para la autora Sara Diez (2011, p.7) Comunicación es la capacidad que tiene todo ser de relacionarse con su entorno, creando relaciones humanas e interactuando con una o varias personas mediante la difusión de un mensaje.

Por otro lado, para Pizzolante (2006, p. 44) la Comunicación consiste en escuchar, no únicamente hablar, creando espacios que permiten un intercambio de ideas; y para complementar esta definición, Adler y Rodman (2003, p. 3) añaden que la Comunicación se refiere al proceso por el cual los seres humanos responden a las conductas simbólicas de otras.

En base a los conceptos de Comunicación mencionados por distintos autores, se concluye que la Comunicación es un proceso, mediante el cual se transmite o difunde un mensaje y se interactúa con una o más personas, intercambiando ideas, sentimientos, pensamientos, etc.

1.3 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

A pesar del cambio que ha tenido la Comunicación en los últimos años, debido a que todo el entorno evoluciona, su proceso se ha manejado con una estructura muy similar a lo largo del tiempo. Primero iniciaron los modelos lineales que son muy rígidos y estudian al individuo; después evolucionaron a modelos de redes de Comunicación, en los que las relaciones de intercambio de información, es decir, la relación entre el emisor y receptor son la principal unidad de análisis. Samuel Castellón Gallardo (2010, p. 35).

Es así que Shannon y Weaver (citados en Young, y Post, 2003, p. 13) dejaron huella en los estudios de la Comunicación. El modelo del proceso comunicativo que propusieron, fue hecho desde la ingeniería de las comunicaciones, un modelo lineal que apareció en 1948; se lo conoce como: Teoría Matemática de la Comunicación o Teoría de la Información.

Este modelo contiene los siguientes elementos: fuente de información, mensaje, transmisor, señal, fuente de ruido, receptor y destino. Pero la presencia del mensaje y la posibilidad de que sea transmitido suponen otros dos elementos: canal y código. Dicho modelo, al basarse en la informática y electrónica ejemplifica la Comunicación que se desarrolla entre dos máquinas

misma que es aplicable al proceso de Comunicación que realizan los humanos, pues cuenta con los mismos elementos. (Young, y Post, 2003, p. 11).

El modelo mencionado es el siguiente:

Modelo de Shannon y Weaver.

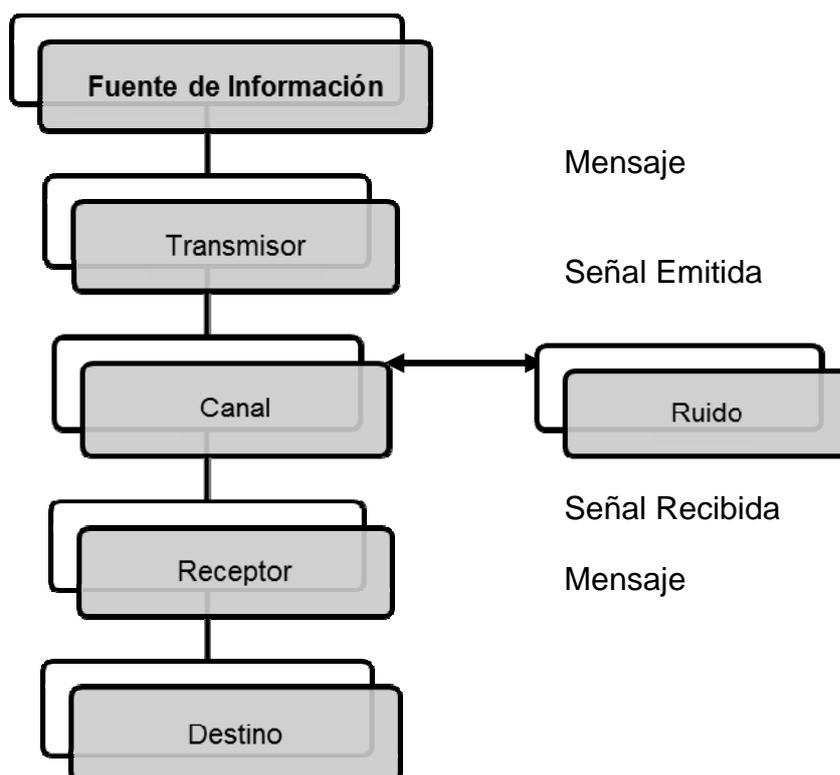


Figura 1. Basado en la Comunicación Electrónica
Tomado de: Castellón Gallardo (2010, p. 11)

Los autores del modelo expuesto anteriormente explican sus elementos de la siguiente manera:

- **Fuente:** Componente de naturaleza humana o mecánica que determina el tipo de mensaje que transmitirá.
- **Transmisor:** Recurso que transmite el mensaje originado por la fuente.
- **Canal:** Es el medio generalmente físico que transporta las señales en el espacio.

- **Ruido:** Son las distorsiones en forma externa de la información.
- **Receptor:** Es quien transforma las señales recibidas en el mensaje concebido por la fuente.
- **Destino:** Componente al cual está dirigido el mensaje, es el último elemento.

Otro enfoque del proceso de Comunicación es dado por Sara Diez (2011, p. 9) quien propone un modelo más actual, interactivo y dinámico, dejando de lado lo lineal, sin olvidar los elementos esenciales de la Comunicación. El modelo se adaptó, en el siguiente esquema:

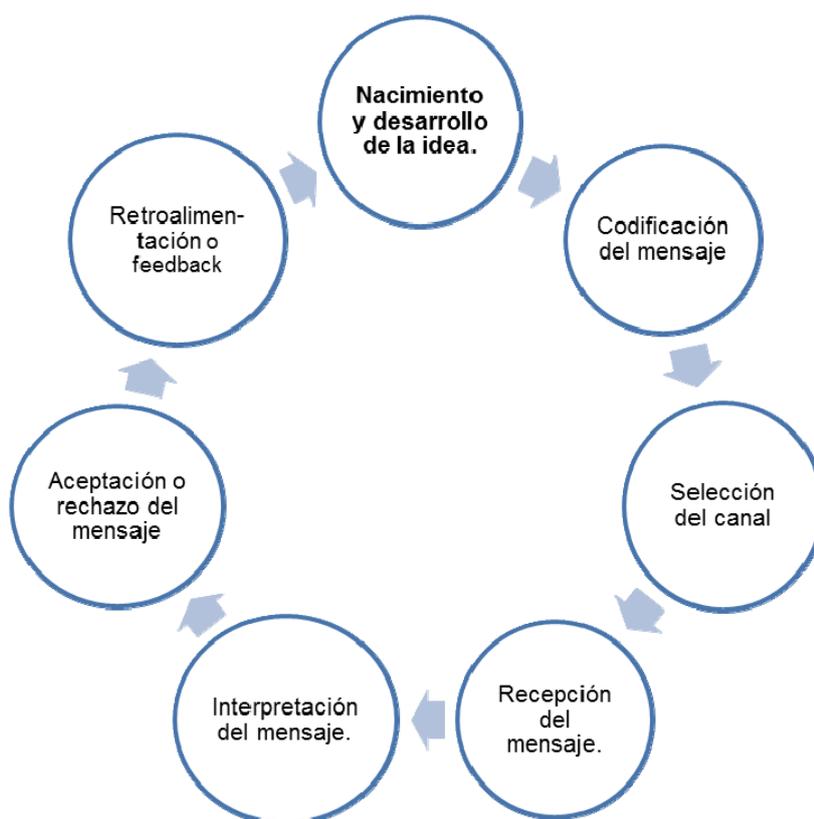


Figura 2. Proceso de Comunicación
Tomado de: (Sara Diez, 2011, p.9).

Interpretando la figura, Sara Diez (2011, p. 9) inicia el proceso comunicativo con el nacimiento de la idea, que es lo que una persona quiere contar a otra;

luego se codifica el mensaje, es decir, ponerlo en un código común para el emisor y el receptor, ya sean palabras o símbolos conocidos; en el tercer paso mediante un canal de recepción (cualquiera de los sentidos) la persona recibe el mensaje; después, el receptor lo interpreta y reconstruye una idea; una vez recibido el mensaje el receptor puede aceptarlo o rechazarlo; el paso final es la retroalimentación o feedback, en el que el receptor asume el papel de emisor dando lugar a todo el proceso nuevamente.

Comparando los dos modelos del proceso de Comunicación propuestos, se concluye que el primero de Shannon y Weaver es muy rígido y aparece en una sola dirección vertical; mientras que el propuesto por Sara Diez muestra que la Comunicación cumple un ciclo, ya que explica un proceso más detallado, dinámico y que se repite.

1.4 TIPOS DE COMUNICACIÓN

Se puede clasificar a la Comunicación de distintas maneras, desde varios puntos de vista y con distintas terminologías. Un ejemplo, es el propuesto por el comunicólogo Joan Costa (2009, p. 34), que se basa en un enfoque desde la psicología. Los tipos de Comunicación que propone son los siguientes:

- **Comunicación Interindividual:** Es bidireccional, en la que dos individuos A y B son emisores y receptores, interactúan por medio de la conversación y el diálogo; ya sea transmitiendo mensajes cara a cara por canales naturales o por canales artificiales como el teléfono o correo, etc.
- **Comunicación de Difusión:** Existe un solo emisor que se dirige a varias personas a través de canales técnicos, es unidireccional, ya que los mensajes circulan en un solo sentido y hay una distancia. Se da en los casos de la radio y la televisión.

Otra clasificación es la que propone María Fonseca (2005, p.10), que basa su enfoque en los medios que se utilizan para transmitir el mensaje, es así que la Comunicación puede ser:

- **Comunicación Verbal:** Puede ser oral o escrita, utiliza el lenguaje.
- **Comunicación No Verbal:** Se relaciona con movimientos corporales y expresiones faciales, gestos, etc. Puede ser: visual, auditiva y kinésica.
- **Comunicación Electrónica:** Usa los recursos que la tecnología permite para establecer Comunicación con otros.

Finalmente, una tercera perspectiva sobre los tipos de Comunicación es dada por Mariola García (2011, p. 28) quien propone la siguiente clasificación de Comunicación:

- **Comunicación Personal:** El receptor se puede comportar como emisor, a la vez que éste se convierte en receptor, existe la capacidad de interactuar.
- **Comunicación de Masas:** No hay interacción entre el emisor y receptor, se dirige a un público anónimo y utiliza medios de Comunicación masiva. La Comunicación en masas se clasifica a su vez en:
 - **Comunicación Social:** Incluye actividades como la educación, divulgación, propaganda, es decir, información que transmite conceptos ideológicos. Busca que el receptor reaccione de alguna manera en su ámbito social.
 - **Comunicación Comercial:** Es aquella que tiene como propósito producir una reacción en la persona, en sus actitudes de comprador de bienes, productos y como usuario de servicios.

En conclusión se clasifica a la Comunicación de una manera muy amplia, que depende de muchos factores. Por ejemplo, Joan Costa se basó en un enfoque desde la psicología, por otro lado Fonseca tomo en cuenta los medios que se utilizan para comunicar y finalmente García lo hace en base a un enfoque relacionado con la publicidad, concordando así con lo expuesto por Costa. Sin duda hay varios enfoques y clasificaciones de la Comunicación que se aplican diariamente en las distintas situaciones.

1.5 PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN

La Comunicación es una actividad imprescindible en las actividades cotidianas de los seres humanos, es una necesidad transmitir ideas, sentimientos e inclusive acciones. Al ser un proceso se debe tomar en cuenta algunos principios a cumplir para lograr exitosamente el proceso comunicativo. Young, M. y Post, J. (2003, p. 18) identificaron los siguientes principios de la Comunicación:

- La Comunicación es organizada y llena de significados.
- En cualquier situación comunicativa, la fuente y el receptor son interdependientes y debido a esa interdependencia se produce la interacción.
- La Comunicación puede estar sujeta a las creencias, costumbres, nivel sociocultural e intelectual de sus actores.
- La distorsión y la proyección personal alteran el proceso comunicativo. El emisor comunica más de lo que pretende.
- En toda Comunicación se seleccionan los mensajes.

- Se da la Comunicación bilateral es decir la fuente se convierte en receptor y viceversa.
- Se debe revisar constantemente la Comunicación, es decir necesita de un mejoramiento continuo ya que los canales tienden a obstruirse y los ambientes suelen presentar dificultades.

Además, el autor David Berlo (2002, p.80) añade los siguientes principios a tomar en cuenta para una Comunicación efectiva, tanto al elaborar el mensaje, recibirlo, o analizar la misma Comunicación. Estos son:

- La frecuencia con la que se presenta el mensaje.
- La competencia de un estímulo o respuesta con otros estímulos.
- El grado de efectividad del mensaje, como consecuencia de la respuesta que da el receptor.
- El tiempo que transcurre entre el momento en que la respuesta se da por parte del receptor y ésta es recibida por el emisor.
- La cantidad de esfuerzo que se percibe como necesaria para el receptor al momento de dar la respuesta deseada.

Con relación a los principios de la Comunicación mencionados anteriormente, los autores coinciden con que se debe cumplir una serie de reglas para entender más el proceso comunicativo; es importante tomar en cuenta varios aspectos: desde la concepción del mensaje por parte del emisor, la distorsión del mismo y hasta la retroalimentación que se da cuando el receptor se convierte en emisor y el tiempo que se tomo para dar una respuesta, etc. Es necesario seleccionar adecuadamente el mensaje, realizar una revisión previa de lo que se va a transmitir y hacer un mejoramiento continuo del proceso de la Comunicación.

1.6 PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN

Para el autor David Berlo (2002, p. 8), el principal propósito de la Comunicación es transmitir un mensaje a otro individuo y que dicho mensaje sea claro y entendido por el receptor. Es así, que para el autor el propósito de la Comunicación debe basarse en los siguientes criterios:

- **No contradictorio:** Es decir que el mensaje tenga un objetivo claro.
- **Centrado en la conducta:** Se refiere a que sea expresado en términos de la conducta humana.
- **Lo suficientemente específico:** Relacionarlo con el comportamiento comunicativo real.
- **Debe ser compatible:** O tener relación con las distintas formas en las que la gente se comunica.

Contribuyendo al tema, la autora María Fonseca (2005, p.12) menciona que los propósitos de la Comunicación son:

- **Informar (función representativa):** Se refiere a explicar, describir o instruir sobre algo.
- **Entretener (función expresiva):** Intenta lograr la comprensión entre el emisor y el receptor.
- **Persuadir (función apelativa):** Al comunicar se quiere influir en el receptor, crear una idea, provocar un cambio, reforzar creencias, etc.
- **Actuar (función directiva):** Intenta motivar al receptor a realizar alguna acción.

Referente a los propósitos de la Comunicación propuestos por Berlo y Fonseca, se considera que ambos autores coinciden en que se debe tener en claro el objetivo a alcanzar cuando se comunica. Proponen distintos propósitos; una clasificación basada en el mensaje y sus características y por otro lado una clasificación basada en lo que se pretende lograr en el receptor cuando se comunica: informar, entretener, persuadir y actuar. En conclusión la Comunicación tiene varios propósitos a ser cumplidos, tanto en relación al mensaje, a los actores o al mismo proceso.

1.7 TEORÍAS Y ESCUELAS DE COMUNICACIÓN

A lo largo de la historia han aparecido varias teorías y escuelas de la Comunicación. En el libro Teorías de la Comunicación de Rodrigo Alsina (2001, p.161). Se nombran a las principales:

- **Escuela de Palo Alto:** Esta escuela rompió con la idea de la teoría matemática de la Comunicación. Se considera a la Comunicación como un proceso creativo en el que participan múltiples mensajes: gestos, palabras, espacios, miradas, etc. Uno de los campos en los que la escuela de Palo Alto tiene una notable incidencia, es en la Comunicación intercultural.
- **Escuela de Frankfurt:** Tiene como principales autores a Max Horkheimer y Theodor Adorno, quienes acusan a los medios de Comunicación de manipular ideológicamente las masas. Se desarrolló una poderosa maquinaria de manipulación de la Comunicación y la cultura, estableciendo que todo es comercializable y con el objetivo único de garantizar el poder de la clase dominante en todo el mundo, es decir que unos pocos tienen el poder; también habla de que un hombre domina a otro quitándole su capacidad de crítica.
- **Escuela de Chicago:** Simmel, uno de sus principales autores dice que la ciudad se perfila como el campo de acción sobre el cual los individuos

establecen relaciones dependiendo de los cambios de estímulos, de especialización y de racionalización. También se cree que el espacio público se presenta como un espacio compartido, transitado, en el que se llevan a cabo relaciones espontáneas, fluidas y fragmentadas.

- **Teoría de la Sociedad de Masas:** La Comunicación es apropiada esencialmente por aquellos que tienen el poder político y económico en determinada sociedad y por lo tanto, el mensaje emitido responde a los intereses del poder. Los medios masivos por lo tanto, son instrumentos del poder político y toda información es manipulada de tal manera que contribuya al sostenimiento de dicho poder. Esta teoría desconfía de la Comunicación. Dicho mensaje revela un mundo irreal, manipulado y carente de autenticidad y por lo tanto carente de credibilidad. (Galindo 2008, p. 23).

En base a lo expuesto con relación a las escuelas y teorías de la Comunicación más influyentes, se puede concluir que son base fundamental para analizar la Comunicación a lo largo de la historia. La Escuela de Palo Alto rompe el sistema matemático de la Comunicación, volviéndolo más creativo, por otro lado la Escuela de Frankfurt y la Teoría de la Sociedad de Masas se relacionan al aseverar que la Comunicación es manejada por los individuos que tienen poder y que los medios de Comunicación manipulan la información para responder a los intereses de la burguesía; finalmente la Escuela de Chicago toma en cuenta al espacio público como el espacio para crear relaciones entre las personas.

1.8 LA INFORMACIÓN

La palabra información es muy difícil de definir, ya que tiene concepciones diferentes; siempre centrándose en que informar es transmitir mensajes a otro individuo. Según Juan Carlos Coll (2001, p. 6) los seres humanos tenemos la capacidad de almacenar información y procesarla, es decir, modificarla y

producir una nueva. Sin embargo, para Mauricio Correa (2002, p. 13), el concepto de información se relaciona con la libertad que tenemos los humanos para seleccionar un mensaje determinado; el concepto de información supone la existencia de una duda, incertidumbre o desconocimiento de algo.

Por otra parte Alfonso Monsalve (2003, p. 16) habla acerca de la teoría de la información, misma que trata el proceso en que el mensaje se transmite de la fuente al receptor. La teoría es aplicable para solucionar problemas comunicacionales, permitiendo desarrollar nuevas propuestas teóricas.

En base a las definiciones propuestas anteriormente por los autores, vale mencionar que informar es transmitir un mensaje en un lenguaje entendible a uno o varios individuos; los humanos tenemos dudas y desconocemos de algunos temas, por ende necesitamos informarnos, además tenemos la capacidad de almacenar la información, recordarla, modificarla y volver a transmitirla.

1.8.1 Diferencias entre Comunicación e Información

La Información es bastante relacionada con la Comunicación, pero se diferencian entre ambas. Para el autor La Porte José María (2003, p. 60), la información debe ser completa, lógica y breve; pero muchas veces depende del correcto cumplimiento del proceso de Comunicación, para que la información sea entendible.

Algunas de las diferencias que propone Gabriel Galdón (2001, p. 18) son:

- La información debe ser comprensible, propiedad que no es necesaria para la Comunicación, pues si algo no se entendió, sí se comunicó algún gesto, impresión, emoción, etc. además la información debe ser entendida.

- La información debería ser verdadera en la mayoría de los casos, la Comunicación no necesariamente, pues se pueden comunicar mentiras o una fantasía, hechos que no son reales.

Al analizar las definiciones dadas, sin duda la Comunicación e información son dos conceptos relacionados, pero distintos; pues, los autores proponen que puede haber transmisión de información que no suponga Comunicación alguna, es decir, la información se da en una sola vía y en la Comunicación se produce necesariamente un proceso de retroalimentación entre emisor y receptor.

1.9 ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

La Comunicación empresarial se consolida a mediados de los setenta, pero su auge se da en el siglo XX. Wiener (citado en Garrido 2001, p. 14) con su teoría de la cibernética se convierte en uno de los principales promotores de la Comunicación en la empresa, pues, su teoría relaciona procesos de tipo software (mensajes u órdenes) y de tipo hardware (físicos y medibles), lo que se ha adaptado a los actos y mensajes actuales dentro de la empresa. Para Francisco Garrido (2001, p. 15) si la Comunicación no tiene el poder de generar u orientar la acción se convierte simplemente en un elemento decorativo.

De igual manera, María Cristina Ocampo (2007, p. 33) dice la Comunicación empresarial se expresa por sí misma, pues hay la puesta en común de objetivos, propósitos, métodos, procesos, acciones y resultados de un ente colectivo, es decir la organización.

Actualmente en las empresas se elaboran planes estratégicos de Comunicación pues, para el cumplimiento de los objetivos empresariales es indispensable la Comunicación, colocando profesionales capacitados que se convierten en protectores de la imagen de la organización, “que construyen una

percepción positiva y de alto recuerdo, que tiene un reflejo en los beneficios de la compañía, en el largo plazo y el aumento de su valor". Costa (2000, p. 17).

En base a lo mencionado por los autores, se concluye que la Comunicación de una u otra manera siempre ha estado presente en las organizaciones, pues las empresas son sistemas que necesitan de este elemento para su supervivencia y cada vez tiene mayor fuerza el papel comunicacional para la consecución de los distintos objetivos de las compañías, siendo fundamental en la elaboración de planes estratégicos, como lo expone Joan Costa.

1.10 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Según Losada (2004, p. 240) la Comunicación estratégica depende de un proceso de planificación que contribuye a difundir adecuadamente nuestras acciones, a través de los mensajes transmitidos por voceros formales o informales que juegan un papel importante en la construcción de confianza. Otro aporte lo plantea Daniel Scheinsohn (2009, p. 91), para quien la Comunicación estratégica es una visión compleja de los procesos comunicacionales, en la que existe interactividad entre la empresa y los sujetos sociales.

Francisco Garrido (2004, p. 80) plantea una concepción estratégica de la Comunicación con respecto a la empresa, que se entiende como una forma de cambiar a la organización para generar nuevas capacidades competitivas, renovar o fortalecer su presencia e imagen, la Comunicación es considerada como una estrategia dentro de la empresa.

En relación a lo expuesto por los autores, todos concuerdan en que la Comunicación estratégica es un proceso planificado que contribuye a la correcta transmisión de los mensajes que puede producir una organización o cualquier individuo. A nivel de empresa como lo afirma Garrido, la Comunicación es una estrategia utilizada para la consecución de los objetivos.

1.10.1 Estrategias de la Comunicación

Según Garrido (2004, p. 94) las estrategias de Comunicación integran los distintos recursos a largo plazo, dependiendo de los objetivos, mismos que deben ser coherentes y rentables para la empresa. Para el autor mencionado, las estrategias de Comunicación serán el motor de cambios en la gestión de las comunicaciones, que se expresan en:

- Estar centradas en el receptor.
- Las decisiones de la empresa serán coherentes e integradas, se buscarán soluciones de la Comunicación.
- Definirán objetivos, responsabilidades y plazos.
- Normalizarán acciones tácticas y campañas para alcanzar los objetivos a largo plazo.
- Optimizarán recursos y tenderán al logro de utilidades.
- Promoverán la creatividad e innovación.

Según lo mencionado por Garrido en relación a las estrategias de comunicación, se puede decir que abarcan varios recursos, para la obtención de los objetivos de la empresa, ya que optimizan recursos, buscan soluciones, incentivan a la participación e innovación para alcanzar las metas planteadas.

1.11 EL PARADIGMA DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL DEL SIGLO XXI

El paradigma del Siglo XXI es un modelo empresarial propuesto por Joan Costa (2001, p. 19) que se fundamenta en cinco pilares que sostienen a la

organización: **identidad**, que tiene que ver con el ser de la empresa; **cultura**, relacionado con los principios y valores; **acción**, lo que la empresa hace; **comunicación**, se refiere a los mensajes emitidos por la organización y la imagen que proyecta a sus públicos.

El modelo presenta el siguiente esquema:

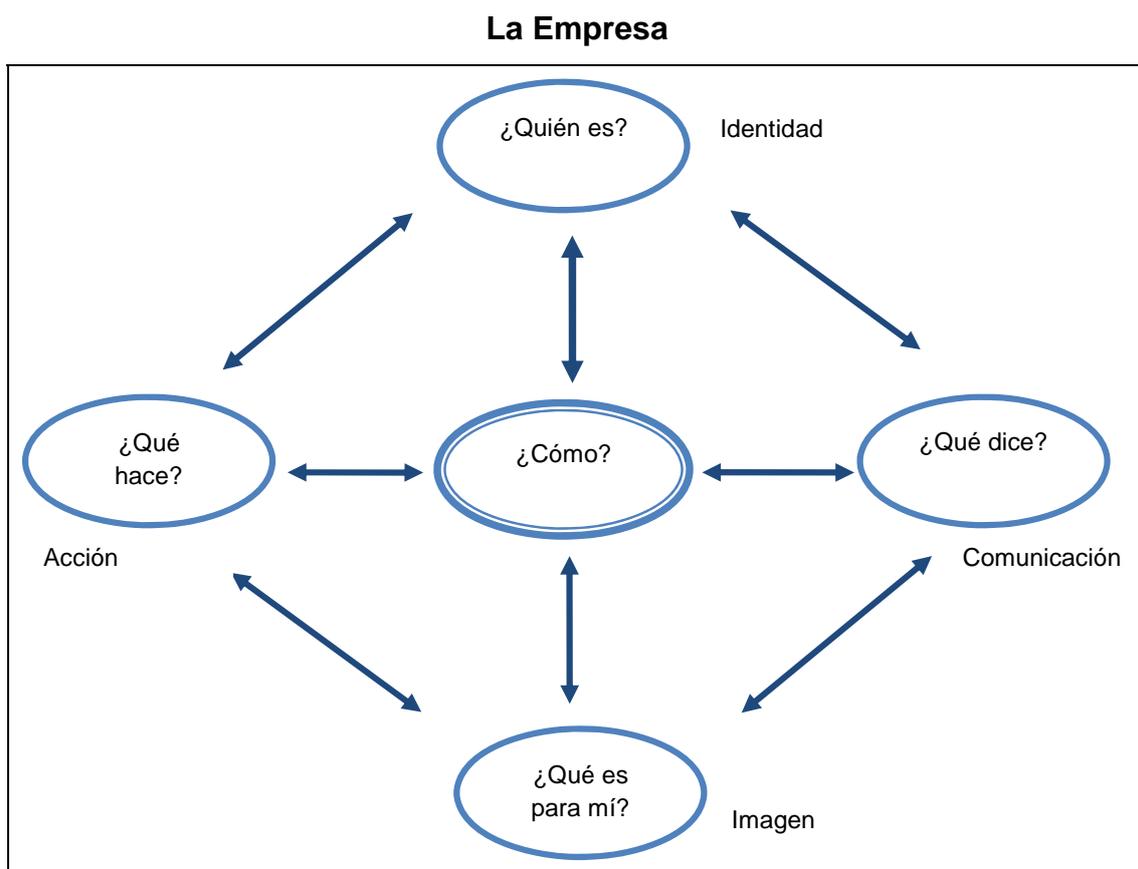


Figura 3. Paradigma del Siglo XXI

Tomado de: Joan Costa (2001) La Comunicación en acción, p. 19.

Interpretando la figura anterior, el modelo presenta dos ejes: a lo vertical se interconecta la identidad con la imagen, pasando por la cultura (cómo) y a lo horizontal los actos y los mensajes que también coordinan a través del cómo.

Según Joan Costa (2011, p. 20) cada parte del esquema se traduce de la siguiente manera:

- **Quién es (la empresa):** Es decir la identidad de la compañía.
- **Qué hace:** Son las actuaciones y decisiones de la empresa.
- **Qué dice:** Es todo lo que comunica.
- **Qué es para mí:** Se refiere a la imagen que perciben los públicos de la empresa.
- **El centro (cómo):** Son los cuatro vectores que se manifiestan por la Comunicación y acción.

1.12 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Para definir lo qué es Comunicación Corporativa, Van Riel (1997, p. 191) contribuye que es: el instrumento por medio del cual, tanto la comunicación interna como externa, adecuadamente utilizadas, crean efectivamente la relación ideal entre la empresa y sus distintos públicos

La Comunicación Corporativa surgió de manera espontanea e inesperada, con la empresa como protagonista. Según Jordi Ventura (2000, p. 163) coordina la relación de la empresa con sus públicos, genera una identidad y transmite sobre las realidades de la compañía. La Comunicación empresarial es un activo con importancia estratégica para el crecimiento, así como lo es el recurso humano, financiero, tecnológico, etc. La Comunicación Corporativa se debe manejar con mucho cuidado. Pizzolante (citado en el libro de Losada 2004, p. 240).

Por otro lado Emmanuel Dupuy (2002, p. 525) explica que la Comunicación Corporativa es un hecho objetivo “definida como el repertorio de mensajes, procesos y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización”.

En base a lo expuesto por los autores mencionados, la Comunicación Corporativa se fundamenta en tres pilares clave, como se mencionó anteriormente en el paradigma de la Comunicación empresarial del siglo XXI. Estos son: la Identidad Corporativa, Imagen Corporativa y Cultura Corporativa, además todos concuerdan con que la Comunicación Corporativa busca establecer una exitosa relación entre la empresa y sus públicos.

1.12.1 La Identidad Corporativa

Recolectando el concepto de varios autores, José Carlos Lozada (2004, p. 65) deduce que la Identidad Corporativa es el conjunto de atributos, valores y características que son propios de la empresa y que permiten que se diferencie y sea única frente a las demás. Sara Diez (2011, p. 109) aporta que identidad es que la empresa tenga una personalidad coherente que demuestre que todos los elementos de la organización apuntan a una misma dirección. Cualquier Comunicación que emita la empresa, debe ser orientada a consolidar la identidad de la organización, es importante que el comportamiento y los mensajes no se contradigan.

Identidad Corporativa para Joan Costa (2001, p. 23) es lo que diferencia a la empresa del resto, se representa en lo que es (estatuto legal, trayectoria, directorio, organigrama, etc.) y lo que hace (actividad que la identifica). Por último para Tironi Eugenio y Cavallo Ascanio (2004, p. 70) la identidad comunica principalmente dos cosas: la constitución de una organización y la manera en que la empresa se concibe y se ve a sí misma.

1.12.2 La Imagen Corporativa

José Carlos Lozada (2004, p. 62) define a la imagen como: “estructura o esquema mental sobre una compañía, que tiene sus públicos, integrada por el conjunto de atributos que los públicos utilizan para identificar y diferenciar a esa compañía de las demás”. Por otro lado para Tironi Eugenio y Cavallo Ascanio

(2004, p. 69) imagen es un concepto de recepción, es decir, la forma en que la organización es percibida por su entorno; percepción que se genera por la Comunicación que transmite la compañía y como es entendida y decodificada por sus públicos. Otro aporte lo da Juan Benavides (2000, p. 36) para quien la imagen se convierte en un conjunto de conceptos mentales que permiten a los sujetos conocer el ámbito en el que se desarrollan.

Para Juan Carlos Arranz (citado en José y Mario Barquero, 2005, p. 232) la imagen se forma como la suma de tres componentes básicos que integran todas las formas de Comunicación:

- Lo que la empresa hace o deja de hacer.
- Lo que dice o deja de decir.
- Lo que otros dicen de ella o dejan de hacerlo.

1.12.3 La Cultura Corporativa

La cultura en el ámbito de la empresa es el conjunto de normas, representaciones, objetivos, jerarquía, valores y formas de pensar que caracterizan la conducta de todas las personas que son parte de la empresa en los distintos niveles de la misma, así como también la manera en que una organización es presentada. Juan Benavides (2000, p. 40)

Para Marcelo Paldino (2006, p. 19), la cultura es el conjunto de significados compartidos, no es un bien material; la empresa es creadora de una cultura y todas las acciones que lleve a cabo para alcanzar sus objetivos, construyen significados por medio de la Comunicación. Algunos de los elementos de la Cultura Corporativa son: valores, creencias, lenguaje, símbolos y significados. Cuando la cultura es muy arraigada, se motiva y estimula a los empleados para la exitosa consecución de los objetivos y metas planteadas. (Garrido, 2004, p. 154).

Por lo expuesto anteriormente, se concluye que la Comunicación Corporativa no puede ser una actividad aislada ni independiente, ya que está presente en todos los ámbitos de la organización, tanto a nivel interno como externo; es indispensable manejar la Comunicación empresarial, pues además de proyectar la imagen de la empresa, genera una identidad que la perciben los distintos públicos.

Todos los autores coinciden en que la Identidad Corporativa es el atributo que diferencia a una empresa del resto, dándole personalidad propia y única, que se comunica a todos los públicos por medio de los mensajes y comportamientos que emite.

Con relación a la Imagen Corporativa, se puede decir que es una concepción mental, una percepción que tienen los públicos acerca de una empresa. Se crea a través de distintos factores comunicacionales y visuales, como por ejemplo: lo que la empresa dice, lo que la empresa hace y lo que otros dicen de la empresa; es así como se forma la imagen de una organización.

Los autores refiriéndose a la Cultura Corporativa, coinciden en que es un conjunto de valores y creencias que influyen en el comportamiento de la organización y en el de sus colaboradores también.

1.13 COMUNICACIÓN INTERNA

La Comunicación dentro de las organizaciones se expresa de dos maneras: hacia adentro y puertas afuera, es decir hay una Comunicación interna y Comunicación externa.

Francisca Morales (2001, p. 219) define a la Comunicación interna como el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas. La Comunicación Interna permite el alineamiento del

esfuerzo de todos los integrantes, constituyéndose en una herramienta para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la empresa (Anónimo 2008, p. 8). Para finalizar las definiciones de Comunicación Interna, Luis Cervera (2008, p.309) dice que es el principal artífice de la transparencia de la organización y que se la debe considerar como una función inherente a cualquier tarea, así que es necesario saber controlarla.

Lo expuesto por los autores citados, hace referencia y énfasis en que es muy importante manejar adecuadamente la Comunicación Interna en la organización, pues genera vínculos y crea relaciones entre los miembros de la empresa, además se encuentra presente en todo lo que se realiza dentro de la compañía, cabe recalcar que es indispensable lograr una exitosa Comunicación interna para poder transmitirla al exterior.

1.14 COMUNICACIÓN EXTERNA

La autora María Cristina Ocampo (2007, p. 54) dice que la Comunicación Externa surge de la necesidad de interrelacionarse con públicos externos a la organización. Es así, que para Grupo Comercio (2008, p. 24) la Comunicación Externa tiene como objetivo proyectar una buena imagen de la empresa a las personas que tiene una relación con la organización, ya sean distribuidores, consumidores, medios de Comunicación, etc. La Comunicación Externa emplea campañas publicitarias y Relaciones Públicas, para que la empresa se relacione con su entorno, establezca y fortalezca las relaciones institucionales (Carlos Báez, 2000, p. 110). Finalmente Antonio Torvá (citado en Barquero, 2005, p. 243) concluye que sin Comunicación interna no puede haber Comunicación externa.

Se concluye que las definiciones expuestas coinciden con que la Comunicación externa pretende generar relaciones entre la empresa y sus públicos que no necesariamente tienen una relación directa con la misma; pretende proyectar una imagen positiva por medio de mensajes y acciones, además se vale de

herramientas como la Publicidad y las Relaciones Públicas que generan relaciones entre la organización y los públicos externos.

1.15 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC'S)

Las nuevas tecnologías de la comunicación, más conocidas como TIC's son mecanismos que mejoran los procesos y fortalecen la competitividad de la empresa, además son instrumentos de avance en la calidad de trabajo y se consideran un canal de Comunicación interno y externo. Anna Fajula (2001, p. 361).

1.15.1 Antecedentes y Definición de las TIC

Según, Oswaldo León (2001, p. 266), en las últimas décadas, la humanidad ha registrado un salto técnico-científico en varios campos, pero al ser la Comunicación un componente básico e indispensable en las relaciones humanas, las nuevas tecnologías de la información y Comunicación se han convertido en el "motor" de los cambios sociales, con la promesa de un futuro de optimismo. En los 70's aparecieron las cámaras de video, TV, satélites de Comunicación; en los 80's las computadoras parecían ser la salvación de muchos problemas; en los 90's la atención se desplazó en el Internet y en la Web 2.0 (plataforma interactiva para los usuarios de internet), con el fin de construir una sociedad virtual.

El proceso actual de transformación tecnológica se expande mediante un lenguaje digital común en el que la información se genera, se almacena, se recupera, se procesa y se transmite, es decir vivimos en un mundo digital. Manuel Castells (2002, p. 56)

Por otro lado, la acelerada implementación de las nuevas tecnologías de la información y Comunicación (TIC's), a escala global, generan beneficios como: acortar distancias, permitir acceso inédito a información, agudizar las brechas

sociales y geográficas. Convirtiéndose así la Comunicación y el conocimiento indispensables en la solución de problemas de desarrollo. Sally Burch (mencionada en Mendizábal y Cucurella, 2002, p. 295).

Desde otra perspectiva, Mendizábal, y Cucurella, (2001, p. 268) afirman que las TIC'S se introducen con los procesos sociales en curso, por lo que su desarrollo y aplicación no son fijos, ni predecibles, debido a la cambiante sociedad en la que habitamos. Este desarrollo tecnológico se debe a la capacidad de los nuevos aparatos, la prioridad de los propietarios, prácticas culturales y tradiciones; desde el punto de vista social las nuevas tecnologías de la Comunicación dependen de cómo las fuerzas sociales configuran su desarrollo y las adoptan.

En base a las distintas definiciones acerca de las tecnologías de la información y Comunicación, se puede concluir que son indispensables para el desarrollo no solo de las empresas, si no en general de toda la sociedad; ya que acortan distancias, mejoran productividad, optimizan tiempos, crean relaciones, etc. Cabe recalcar que a lo largo de la historia han aparecido varios tipos de tecnologías como: la TV, satélites, etc. Pero, en la actualidad el internet ha sido la tecnología que de alguna manera ha revolucionado las comunicaciones, por sus distintos beneficios, como la interacción que se puede dar con los usuarios; sin embargo como Mendizábal, I. y Cucurella, L. mencionaban que la utilización y desarrollo de dichas tecnologías, no se puede predecir pues depende de varios factores dentro de una sociedad, como: tradiciones, accesibilidad, capacidades, etc.

1.16 LAS RELACIONES PÚBLICAS

“Las Relaciones Públicas son una función de la administración y el liderazgo, que contribuyen a lograr los objetivos de la organización. Desarrollan relaciones efectivas entre la empresa y sus distintos públicos.” Lattimore, Baskin, Heiman y Toth (2008, p. 5). Además, los autores añaden que los

publirelacionistas (personas que ejercen la profesión de Relaciones Públicas) se comunican con públicos internos y externos, para lograr relaciones positivas y crear estabilidad entre las metas de la organización y las expectativas de la sociedad.

Por otra parte, Sam Black (citado en el libro de José y Mario Barquero, 2005, p. 75) complementa que las relaciones públicas tratan sobre la credibilidad, confianza, armonía y entendimiento mutuo entre la organización y sus públicos. Dentro del mismo libro (Barquero, 2005, p.257) se cita al autor Jesús Martínez, quien define que las Relaciones Públicas, establecen un clima de confianza que potencia una imagen positiva de la organización hacia la opinión pública, todo se logra a través de la difusión directa o indirecta de información clara y completa que se genera desde la empresa.

1.16.1 Los Públicos

Para Lattimore et. al (2008, p. 7), los públicos son grupos de individuos considerados importantes para la organización por ejemplo: medios de Comunicación, clientes, empleados, funcionarios públicos, líderes de la comunidad, etc. Una definición de públicos desde un enfoque de las relaciones públicas y Comunicación, es planteada por: Míguez (2010, p. 39) quien asegura que se trabaja con diversos públicos específicos; que se dividen para alcanzar sus objetivos. La selección resulta de una segmentación, en función de varios criterios, que pueden ser: edad, sexo, ubicación geográfica, gustos, etc. Un último aporte lo plantea Dewey (citado en Guning, Hunt y Xifra, 2003, p.237), quien considera que se deben cumplir tres condiciones para que exista un público, es decir, un grupo de personas que cumplan con las siguientes características:

- Se enfrentan a un problema similar (público latente).
- Reconocen que el problema existe (público informado).
- Se organizan para hacer algo respecto al problema (público activo).

Dewey aclara que no necesariamente los públicos cumplen las tres condiciones, cuando no se cumple ninguna, la empresa no tiene ninguna consecuencia sobre el grupo, ni el grupo sobre la empresa; si es un grupo en el que se enfrentan a un problema similar, se convierten en un público latente; cuando reconocen el problema, se convierten en un público informado y finalmente si hacen algo respecto al problema, se convierten en un público activo.

Al analizar las definiciones anteriores, se puede decir que los autores concuerdan en que las Relaciones Públicas establecen una relación efectiva de confianza y entendimiento entre la empresa y sus distintos públicos, tomando en cuenta que los públicos son individuos importantes para la organización y que pueden ser clasificados por diversos criterios, ya sean internos o externos; aunque Weber discrepa al decir que los grupos deben cumplir ciertas condiciones para convertirse en verdaderos públicos. Además las Relaciones Públicas proyectan una imagen favorable de la organización.

1.16.2 Elementos de las Relaciones Públicas

Los autores Wilcox, Cameron, y Xifra, (2007, p. 6) proponen que las Relaciones Públicas incluyen un proceso que implica varios aspectos, como: investigación, análisis, creación de una política, Comunicación y retroalimentación con varios públicos. Es así que mencionan los siguientes elementos de las Relaciones Públicas:

- **Asesoría:** Aconseja respecto a políticas, relaciones y Comunicación de la empresa.
- **Investigación:** Planifica estrategias para la empresa.
- **Relaciones con los Medios de Comunicación:** Para que actúen a favor de los intereses de la organización.

- **Publicity:** Divulga mensajes sin costo en los medios de Comunicación.
- **Relaciones con los miembros:** Responde las preocupaciones y distintas opiniones de los miembros de una organización.
- **Relaciones con la comunidad:** Planifica actividades con la comunidad, para mantener un entorno de beneficio conjunto.
- **Asuntos Públicos:** Que la organización se adapte a las expectativas públicas.
- **Asuntos Gubernamentales:** Relaciones directas con los poderes públicos.
- **Relaciones Multiculturales:** Relaciones con individuos y públicos en una variedad de grupos culturales.

En base a la clasificación de elementos de la las Relaciones Públicas, propuesta por Wilcox, D., Cameron, G., y Xifra, J., se concluye que al ser un proceso, debe cumplir un sin número de fases y sobretodo tomar en cuenta varios aspectos para el cumplimiento de sus propósitos como: investigar, asesorar, tomar en cuenta los directivos, a la sociedad, medios de Comunicación, asuntos políticos, etc.

1.16.3 Función de los Medios de Comunicación en las RRPP

Los medios de Comunicación cumplen un papel indispensable en el exitoso proceso de las Relaciones Públicas de las empresas, ya que transmiten masivamente la información a los públicos. Lattimore et. al (2008, p.177). Los medios más importantes son:

- **Periódicos:** Son fundamentales para llegar a los públicos de la comunidad, reúnen más noticias de asuntos públicos, cambio social y desarrollo económico.
- **Televisión:** Es una fuerza dominante, es usada para llegar a grandes audiencias con temas de actualidad que generan un tipo de conflicto.
- **Revistas:** Medio impreso que contiene publicaciones especializadas de distintos temas de interés.
- **Radio:** Medio de persona a persona que florece con la conversación, tiene popularidad en los programas de opinión.
- **Servicios de noticias en línea:** Noticias vía internet que llegan a audiencias selectas: empresas, consumidores, profesionales. etc.

Así también, José Carlos Losada (2004, p. 217) cree que las relaciones informativas con los medios de Comunicación son formas de contacto, personales o a distancia, cuyo objetivo es mantener una imagen favorable, buscando conseguir una relación de empatía con el público.

Contribuyendo con el tema expuesto, Schultz, Jo Hatch y Holten Larsen (2000, p. 157) dicen que es necesario que la empresa utilice una Comunicación bidireccional (de doble vía), consolidando una identidad propia y por medio de una estrategia trasladar sus iniciativas a la sociedad con ayuda de la publicity, para conseguir credibilidad a través de la aparición en los distintos medios informativos.

Los aportes de los distintos autores investigados, concuerdan en que los medios de Comunicación juegan un papel muy importante con respecto a las Relaciones Públicas, pues por medio de ellos la información llega a los distintos públicos, además cabe tomar en cuenta que existen varios medios y es

necesario saber qué medio utilizar, cuándo utilizarlo y con qué fin, ya que tiene características distintas y son indispensables para informar a las sociedad.

1.17 LA OPINIÓN PÚBLICA

Según Wilcox, et. al (2007, p. 271) la Opinión Pública es un fenómeno considerado como la actitud que predomina en una comunidad, la voluntad colectiva de la gente, la recapitulación de la opinión de una sociedad con respecto a un tema en específico. También Lattimore et. al (2008, p. 86) dice que es un conjunto de puntos de vista de personas interesadas en un mismo tema. Por último para Noelle Neuman (citado en Míguez, 2010, p. 24):

La opinión pública reside en las actitudes y modos de comportamientos que reciben una fuerte adhesión en un lugar y una época determinados; que hay que demostrar para evitar el aislamiento social, en cualquier medio de opiniones establecidas; y que en un medio de opiniones cambiantes o en una nueva área de tensión emergente, se pueden expresar sin aislarse.

Todos los autores mencionados concuerdan, en que la opinión pública es la unión de los distintos puntos de vista de los individuos, con respecto a algún tema de interés común para todos, convirtiéndose en la opinión de una sociedad.

1.18 LA PERSUASIÓN

La definición que propone Rafael Pérez (2001, p. 515) es que persuadir es inducir a alguien a cambiar de creencias o actitudes, previamente tomadas, acota que se puede dar dos tendencias de la persuasión:

- **Persuasión y conducta:** Es la inducción a cambios de conducta en terceros.

- **Persuasión y argumentación:** Medios a través de los cuales se consigue el efecto persuasivo perseguido.

Por otra parte los autores Lattimore et. al (2008, p.48) creen necesario utilizar los siguientes términos al hablar de persuasión:

- **Conciencia:** Aceptar información por primera vez.
- **Actitudes:** Predisposición a que algo nos guste o nos desagrade.
- **Creencias:** Evaluación de que algo es cierto o falso.
- **Comportamiento:** Acciones observables.

Autores como Cutlip y Center (citado en Barquero, 2005, p.44) mencionan siete puntos claves para lograr una exitosa persuasión en los públicos a través de técnicas comunicacionales.

Las técnicas de la Comunicación para alcanzar la persuasión, son descritas por los autores Cutlip y Center de la siguiente manera:

- a) Credibilidad:** Depende de la fuente informativa que transmite el mensaje, el receptor tendrá o no confianza en el emisor.
- b) Contexto:** El programa debe adaptarse a las realidades, para persuadir adecuadamente el contexto, mediante el dialogo y participación.
- c) Contenido:** El mensaje debe tener un significado para el receptor.
- d) Claridad:** El mensaje debe ser sencillo y que signifique lo mismo para el emisor y el receptor.
- e) Continuidad y consistencia:** Al ser un proceso la Comunicación debe ser reiterativo.

f) Canales de Comunicación: Deben emplearse los usados por el receptor.

g) Capacidad de auditorio: Es efectiva la Comunicación cuando menor esfuerzo realiza el receptor.



Figura 4. Proceso de Persuasión en base a las técnicas de Comunicación
Tomado de: (Citados en Barquero, 2005, p.44)

1.18.1 Relación entre Comunicación y Persuasión

“La persuasión es una forma de acción comunicativa.” Pérez (2001, p. 517), el autor establece una relación de causa y efecto, siendo la Comunicación la causa y el efecto la persuasión, su semejanza es que son medios de aprendizaje de conductas y son actividades que involucran dos o más individuos. Sin embargo, para Bettinghauss (citado en Caldevilla, 2007, p. 19) tiene que haber una intención por parte del individuo de querer cambiar las actitudes del otro, a través del mensaje que transmite; por lo tanto el carácter persuasivo se daría por la intención de la fuente.

En base a lo expuesto con anterioridad, se puede analizar que la persuasión es intentar cambiar la actitud o comportamientos de las personas y además los tres autores relacionan a la palabra persuasión con otros términos que tienen que ver con las actitudes y conductas de los seres humanos como Cutlip y Center relacionan a la persuasión con las características de la Comunicación necesarias, para persuadir exitosamente. También se concluye que la relación que existe entre Comunicación y persuasión, es que para persuadir es necesario comunicar, aunque a diferencia de Pérez, Bettinghauss dice que habrá persuasión solo si es que la fuente, es decir, el emisor tiene la intención de cambiar las actitudes del receptor, al momento de comunicar algo, de lo contrario no.

1.19 EL ARTE DEL LOBBYING

Una definición facilitada por Jordi Xifra (1998, p. 28), es que el Lobbying es un proceso de Comunicación persuasiva, su objetivo es influir y predisponer al receptor, tiene mucha relación con los poderes públicos y responde a una previa planificación; su fin es establecer una relación de beneficio mutuo entre emisor y receptor, que genere una percepción positiva del interés o intereses en juego, basada en confianza y credibilidad. Por otro lado para Francisco Garrido (2004, p.93), el lobby es una técnica de Comunicación que persuade a través de instrumentos y canales de Comunicación, con el fin de generar distintas opiniones y escenarios que favorezcan un objetivo predeterminado.

Finalizando las definiciones de Lobbying, Jesús Martínez (citado en Barquero, 2005, p. 254) acota que el Lobbying es una actividad comunicativa orientada hacia los poderes gubernamentales, realizada por una persona en representación de un grupo de presión o de interés, con la intención de crear una situación favorable o intervenir sobre una situación ya existente, para conseguir su desarrollo o desaparición.

En conclusión con lo expuesto acerca del Lobbying, se puede mencionar que es una actividad comunicativa, ya que utiliza estrategias de Comunicación para

relacionarse con grupos: transmite mensajes, intervienen una parte emisora y una receptora y sobre todo busca persuadir para alcanzar un fin común. A pesar de que los autores relacionan mucho su definición con los poderes públicos y gubernamentales, el Lobbying es aplicable a varios ámbitos, pues, es una técnica de Comunicación que pretende llegar a acuerdos entre las personas.

1.20 EL MARKETING

Según Águeda Esteban (2002, p. 17) el Marketing se centra en la identificación y satisfacción de las necesidades o deseos del entorno de una organización, mediante las relaciones de intercambio que se dan entre la empresa y el entorno que la rodea. La *American Marketing Association* (citado en Barquero, 2005, p. 416) lo define como “el proceso de planificar y ejecutar la creación, precio, distribución y promoción de ideas, bienes y servicios, para promover intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y los de las organizaciones”

El Marketing es un modo de concebir una relación de intercambio entre la empresa y sus públicos con la finalidad de satisfacer ambas partes que intervienen en el desarrollo, valoración y distribución de los servicios, productos o ideas que la otra parte necesita. (Caldevilla, 2007, p. 80).

Según Inma Rodríguez (2007, p. 23) las comunicaciones de Marketing, desempeñan cuatro principales funciones en las organizaciones:

- **Informan**, a los potenciales consumidores de la existencia de un producto o servicio.
- **Persuaden**, de la conveniencia de establecer relaciones con la organización.

- **Recuerdan**, la oferta de valor de una organización, estrechando vínculos y contribuyendo al desarrollo de una relación duradera.
- **Crean Posicionamiento**, construyendo una imagen positiva del producto y servicio, por ende de la empresa.

1.20.1 Marketing Social

El Marketing Social es considerado una forma especial de Relaciones Públicas que busca cambiar las actitudes y comportamientos del público a favor de una causa que beneficia a la sociedad entera. Lattimore et. al. (2008, p. 5). Otro aporte lo da Pizzolante (citado en el libro de Losada 2004, p. 239) para quien el Marketing Social crea una humanizada imagen de la empresa, agrega un valor con el consumidor y el capital humano. Confirmando lo expuesto Luis Pérez, (2004, p. 3) afirma que es el diseño, implementación y control de programas dirigidos a incitar a la aceptación de ideas sociales mediante la inclusión de factores como: planeación de un producto, Comunicación, distribución e investigación de mercados; además de ideas, lo que involucra también: actitudes, creencias y comportamientos de los individuos que intervienen.

Según lo expuesto por los autores, se puede concluir que el Marketing establece relaciones de intercambio entre la empresa y sus públicos, dichas relaciones no son fundamentadas únicamente en los productos o servicios, sino también como lo menciona Caldevilla se fundamenta en el intercambio de ideas, que la otra parte necesita. Por otro lado el Marketing Social es muy importante ya que involucra y toma en cuenta a los ciudadanos buscando cambiar comportamientos de los mismos, para alcanzar el beneficio en común de toda la sociedad. Cabe recalcar que es indispensable la Comunicación en el proceso de Marketing.

1.21 LA PUBLICIDAD

La Publicidad para Marcelo Royo (2002, p. 348) es un proceso de Comunicación de carácter impersonal, que a través de los medios masivos, tiene como objetivo informar, persuadir, reforzar y recordar al público receptor de los mensajes la existencia de un producto o servicio, inclusive de la existencia de una empresa. Sin embargo, para Guzmán (citado en Losada, 2004, p. 319) es aquello que es público o lo que el público tiene derecho a conocer, es decir Publicidad es hacer manifiesto algo y de dominio general. También se habla de Publicidad como publicity, que se centra en los modos de entender el contexto de lo público y en la creación de escenarios para la Comunicación donde los individuos, los grupos sociales y las instituciones se relacionan. (Benavides 1996, citado en Losada, 2004, p. 319). Además la publicity para Donald Cyr (2004, p. 135) es la publicación de noticias favorables en medios impresos, radio y televisión, que no es pagada por la empresa que se beneficia.

Se concluye que como lo menciona Royo, la Publicidad es un proceso de Comunicación que se vale de los medios de Comunicación para la transmisión de mensajes con la finalidad de que los públicos conozcan o recuerden la existencia de un producto; además la Publicidad trata de asuntos de interés general, es decir, de hechos públicos. Esto quiere decir que la Publicidad tiene una perspectiva desde el punto de vista privado y otra desde el punto de vista público.

En el capítulo 1 y en base a lo expuesto por los distintos autores citados, se puede decir que la Comunicación es un proceso inherente en la vida de los seres humanos, ha estado presente en toda la historia de la existencia del hombre, nos permite relacionarnos en un entorno y hay varios principios a cumplir para lograr exitosamente el objetivo comunicacional que es el de transmitir un mensaje o información a uno o varios individuos. Comprende un sin número de ciencias afines como lo son la publicidad, marketing, relaciones

públicas, lobbying, etc.; que son fundamentales en el proceso de Comunicación Corporativa, que es la Comunicación que transmite una organización, tanto a sus públicos internos como a los externos, la Comunicación Corporativa se fundamenta en: la identidad, que es lo que diferencia a la empresa del resto; la imagen, es la percepción que tienen los públicos de la compañía y cultura corporativa, que se refiere a los valores y principios de la organización.

Sin duda la Comunicación es un mundo fascinante y es inevitable no darle la importancia que merece, pues vivimos para comunicarnos, en todos los ámbitos de nuestra vida.

2 CAPÍTULO II: COMUNICANDO PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y GENERANDO DEMOCRACIA PARTICIPATIVA

El siguiente capítulo detalla la importancia y proceso de aplicación de una campaña de comunicación, relacionando a la comunicación con los métodos e instancias sociales; además, que se enfatizan conceptos relacionados con Participación Ciudadana y Democracia Participativa

2.1 PLAN O CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Para el autor Robert Simmons (citado en Wilcox D, Cameron G, y Xifra J, 2007, p.194) la organización de un plan de comunicación puede considerarse como un proceso denominado: dirección por objetivos. La idea consiste en plantear estrategias que permiten alcanzar los objetivos de la organización; este proceso garantiza la producción de los mensajes relevantes y establece los criterios para evaluar las campañas. Los nueve pasos de esta planificación estratégica propuesta por el autor mencionado, surgen de cuestionamientos, que son:

- **Objetivos del Cliente:** Es decir, ¿Cuál es el objetivo de la comunicación y cómo se alcanzan los objetivos de la compañía?, se refiere a que los clientes o consumidores conozcan lo que la empresa transmitirá.
- **Públicos:** Se debe hacer la pregunta: ¿A quién va dirigido el mensaje, cómo ayuda ese público a que la empresa alcance sus objetivos y como son las características de dicho público?, también se responde a la interrogante: ¿Cómo se utiliza la información demográfica para transmitir el mensaje? se refiere a todas las características que puedan tener los públicos.

- **Público Objetivo:** Contesta la siguiente interrogante: ¿Qué es lo que quiere saber el público y cómo se puede particularizar el mensaje al interés del mismo?, es decir, especificar el mensaje a un público selecto.
- **Canales de Comunicación:** Se responde a la inquietud: ¿Cuál es el canal adecuado para llegar al público objetivo y cómo se pueden utilizar los múltiples canales (medios de comunicación, eventos, folletos, etc.), para reforzar el mensaje transmitido?
- **Objetivos de los Canales de Comunicación:** Es necesario preguntarse: ¿Por qué un determinado medio, estaría interesado en transmitir una información? es decir, se deben conocer los intereses de los distintos medios.
- **Fuentes y Preguntas:** Hace referencia a las interrogantes: ¿Qué fuentes de información primarias o secundarias se necesitan para obtener hechos que amparen el mensaje?, ¿Qué base de datos hay que consultar?, ¿A quién se debe entrevistar?, este punto tiene que ver con la investigación a realizarse.
- **Estrategias de Comunicación:** Este punto responde a las preguntas: ¿Qué factores del entorno pueden afectar a la divulgación y aceptación del mensaje?, ¿El público objetivo está a favor o en contra del mensaje?, ¿Qué otros eventos o hechos invalidan o refuerzan el mensaje?, previene los posibles acontecimientos en la transmisión del mensaje.
- **Esencia del mensaje:** Es necesario responder: ¿Cuál es el impacto esperado de la comunicación sobre el público?, ¿El mensaje está diseñado solo para informar o cambiar las actitudes del público?, se debe tener en claro que se espera lograr con el mensaje.
- **Respaldo no verbal:** Se refiere a: ¿Cómo se puede realizar un mensaje escrito con fotografías, gráficos, elementos audiovisuales, etc.?

Otro aporte lo da Capriotti (1999, p.218) quien considera que el plan de comunicación, “representa el proceso de planificación global de toda actividad comunicativa de la organización, que permite transmitir el perfil de identificación corporativa de la empresa para influir en la formación de la imagen corporativa, pero también que colabore en el logro de objetivos finales de la compañía.”

Según el autor, el plan global de comunicación se divide en ocho etapas:

Etapas del Plan de Comunicación



Figura 5. Propuesto por Capriotti
Tomado de: (Capriotti, 1999, p.218).

Interpretando la figura anterior propuesta por (<biblio>), el autor explica cada etapa de la siguiente manera:

- a) Definición de los Públicos:** Es decir, la identificación y conocimiento de los públicos, con los que la empresa desea comunicarse para informar o

persuadir sobre sus características. Lo que se necesita saber de sus públicos es:

- Cuáles son las expectativas o intereses, respecto a la organización.
- Sus características demográficas.
- Características pictográficas (formas de escritura).
- Hábitos de información, etc.

b) Identificación de los Objetivos de Comunicación: Son un elemento clave a la hora de diseñar una estrategia comunicativa, ya que guían toda actividad de planificación, facilitan la puesta en marcha del plan y permiten la evaluación y análisis de los resultados. Los objetivos deben constar de tres partes:

- **Intención:** Explica el tema o la cuestión que la empresa desea mejorar.
- **Medida:** Señala el grado de modificación que se quiere obtener con la intención.
- **Plazo:** Indica el tiempo disponible para cumplir la intención descrita.

Los objetivos también deben ser:

- **Claros y concretos:** Se deben redactar de forma concisa, clara y directa: lo que se quiere obtener, en qué medida y en qué tiempo.
- **Flexibles:** Se deben modificar o corregir dependiendo las distintas situaciones.
- **Asumibles:** A nivel monetario, es decir que la empresa pueda cubrir el valor económico que representa llegar a cumplir el objetivo.

c) Fijación del Presupuesto de la Comunicación: Es aconsejable establecer desde el principio un presupuesto estimado que luego puede modificarse en función de las ideas, oportunidades, creatividad, pero sin alejarse del presupuesto inicial. La base ideal para establecer el presupuesto es ajustarlo a las necesidades de comunicación de la empresa o del proyecto que se desea comunicar.

d) Definición del Mensaje Corporativo: Se debe establecer el enfoque que se dará a la comunicación. El mensaje corporativo estaría formado por:

- **Concepto Comunicativo:** Es la idea central que la organización quiere transmitir a sus públicos. Es decir, el qué se va a comunicar.
- **Estilo Comunicativo:** Se refiere a la forma global de expresar el concepto comunicativo. Es decir, el cómo se lo va a decir.

e) Determinación de las Formas Comunicativas: Se refiere a las posibilidades comunicativas de la organización, por medio de las cuales se transmitirá el plan o campaña. Hay dos formas comunicativas en una organización:

- **Acción Comunicativa:** Lo que la empresa dice de ella misma. Se clasifica en: comunicación interna (con los empleados), comunicación comercial (con los consumidores), comunicación institucional (con los públicos del entorno social de la organización: medios de comunicación, comunidad local, opinión pública).
- **Conducta Corporativa:** Son las acciones que la organización realiza en su vida diaria. Se refiere al saber hacer.

f) Selección del Mix de Actividades y Medios de Comunicación: Este mix consiste en seleccionar una combinación de acciones y dentro de

cada acción elegir el soporte y los medios más adecuados para llegar con mayor impacto y alcance a los públicos.

g) Ejecución del Programa de Comunicación: Es decir poner en marcha las acciones y actividades planificadas. Para ello, se necesitará:

- Distribución de los distintos recursos disponibles.
- Coordinación de todas las acciones planificadas, que cada una se realice en el momento y lugar adecuado.
- Organización de las actividades planificadas, que se lleven a cabo según las pautas previamente establecidas.
- Compra de los espacios en medios.
- Producción del material para cada medio seleccionado.

h) Evaluación del Programa de Comunicación: En este paso se establece el grado de éxito alcanzado por el programa. Se puede dividir el análisis de los resultados en tres tipos de evaluación:

- Cumplimiento o progreso hacia los objetivos previstos: Es decir, si los objetivos se han cumplido en parte, en su totalidad o más de lo esperado.
- Análisis de las actividades y medios: Se refiere a la efectividad de cada medio utilizado o actividad realizada y su rentabilidad.
- Influencias en los públicos: Son los efectos en los distintos públicos, debido a los mensajes emitidos, así como el impacto o aceptación que tuvo cada medio utilizado.

Para finalizar Wilcox, Cameron, y Xifra, (2007, p. 197) consideran que el diseño de un plan de comunicación o de una campaña debe realizarse anualmente, tomando en cuenta ocho elementos esenciales que pueden tener variaciones, dichos elementos son:

a) Situación: Quiere decir entender y analizar el problema o situación actual, que necesita un programa de Relaciones Públicas o Comunicación y posterior plantear los objetivos.

b) Objetivos: Es determinar los objetivos del plan, considerándolos como fines, no como medios para alcanzar algo. Se responden tres preguntas:

- ¿Se ajusta realmente a la situación?,
- ¿Es realista y alcanzable?,
- ¿Puede medirse su efectividad?

c) Público: El plan o campaña debe estar dirigido a públicos específicos y bien definidos.

d) Estrategia: Quiere decir, cómo se va a alcanzar en teoría un objetivo, ofreciendo líneas, directrices y temáticas para el plan o campaña en general. Se puede destacar una estrategia en general o puede haber diversas estrategias en función de los objetivos o públicos seleccionados.

e) Tácticas: Mientras las estrategias son las grandes orientaciones, es decir, lo que debe hacerse, las tácticas definen la manera cómo hacerlo (los procesos a través de los cuales) el comunicador enfocará el tema y transmitirá los mensajes, siendo las tácticas las iniciativas puntuales, que definen cómo hacerlo.

f) Calendario/Plazos: Hay tres aspectos básicos que se deben tomar en cuenta en el calendario de la planificación:

- ¿Decisión de cuándo debe realizarse la campaña?.
- ¿Determinación de la secuencia adecuada de actividades?.
- Recopilación de la lista de actividades a realizar.

g) Presupuesto: Se basa en el cuestionamiento: ¿Cuánto costará el plan o campaña?

h) Evaluación: Este elemento compara los objetivos planteados inicialmente en el programa, con los objetivos conseguidos. Los criterios de evaluación deben ser realistas, creíbles, específicos y ajustados a las expectativas del cliente. Se deben volver a definir los objetivos para determinar qué métodos de evaluación se va a utilizar para medir su efectividad.

En base a lo expuesto por los autores mencionados anteriormente, acerca de la campaña o plan de comunicación, cabe recalcar que todos coinciden en que el plan de comunicación es un proceso indispensable para la consecución, no únicamente de los objetivos comunicacionales, sino para que se puedan alcanzar exitosamente los objetivos generales de la organización; además, aportan que el diseño de un plan o campaña sería ideal realizarlo anualmente tomando en cuenta los distintos elementos, como por ejemplo: públicos, objetivos del plan, mensaje, evaluación, etc. Para así lograr la exitosa implementación del plan o campaña de comunicación.

2.2 DESARROLLO SOCIAL DESDE LA COMUNICACIÓN

Según Ivonne Cevallos (citada en Mendizábal y Cucurella, 2001, p.123) el desarrollo social tiene que ver con la justa repartición económica o de bienes en toda una población. Además de una mejor calidad de vida para la

población, también considera que la cultura y la comunicación son ejes que deben cruzar procesos de planificación, para responder a las urgencias sociales; la misma autora afirma que en el tema de desarrollo social, la comunicación ha sido ubicada únicamente como elemento de difusión de los mensajes que son contruidos por un emisor que es el dueño del conocimiento y esos mensajes son resultado de la investigación realizada por los grupos planificadores y no son fruto de una construcción colectiva de sentidos, por ende dichos mensajes no se interiorizan en los sujetos sociales.

Acotando el tema, María Elena Herмосilla (2003, citada en FORMIA p.20) dice que la comunicación para el desarrollo es un fortalecimiento de la ciudadanía, de sujetos y grupos que permiten el progreso de la democracia; es saber escuchar para poder hablar con otros, tolerar y comprender a quienes son diferentes escuchando sus mensajes, porque pueden aportar a la vida y al desarrollo, pues es importante tomar en cuenta el testimonio de los actores sociales.

Finalmente Sally Burch (citada en Mendizábal y Cucurella, 2001, p.304) considera que la participación ciudadana y la comunicación son condiciones fundamentales para el fortalecimiento de la democracia y sobretodo para el desarrollo de la sociedad.

En cuanto a lo referente al desarrollo social desde la comunicación, mencionado anteriormente por las autoras, se considera que la comunicación es utilizada únicamente como instrumento de difusión del mensaje y dicho mensaje es creado por quienes ejercen el poder, mas no por la colectividad, es así, que los sujetos sociales no se identifican con el mensaje y eso afecta al desarrollo. Sin embargo Herмосilla difiere en que la comunicación para el desarrollo fortalece a la ciudadanía, aumenta la democracia, es poder escuchar y hablar con los demás para juntos aportar al desarrollo.

2.2.1 Estrategias de Comunicación aplicables a una Sociedad

Para FORMIA, CODENPE, AECI y ROMODE-GT (2005, p. 82) las estrategias comunicacionales buscan aportar el poder de satisfacer una necesidad que ha sido identificada previamente, también de resolver un problema o una situación difícil y poder fortalecer procesos que están siendo implementados. Las estrategias de comunicación en el proceso de participación social, son diseñadas con las siguientes características:

- Para apoyar acciones sociales y políticas definidas.
- En un territorio y un período de tiempo específico.
- Desde escenarios políticos, culturales, sociales y culturales concretos.
- Con objetivos, temas y contenidos claros.
- Con públicos y niveles de cobertura e impacto definidos.
- Optando por los espacios y medios más adecuados.
- Incluyendo mecanismos para dar seguimiento y evaluación al resultado de las acciones comunicativas.

Finalmente en cuanto a lo que FORMIA expone acerca de las estrategias de comunicación en el proceso de participación dentro de una sociedad, se puede decir que estas estrategias buscan satisfacer necesidades, resolver problemas y también fortalecer procesos nuevos o recién implementados dentro de una sociedad, aportando al desarrollo anhelado.

2.2.2 La Comunicación y los Sistemas Sociales

El autor Peak, (citado en Latimorre et. al, 2007, p. 220) aporta que la comunicación con los sistemas sociales se entiende como la participación planeada, activa y continua de una institución con una comunidad y dentro de ella, para así mantener un ambiente adecuado y lograr un beneficio mutuo.

Por otra parte, Berlo (2002, p. 128) añade que los sistemas sociales son un conjunto de roles interdependientes, ya que, un rol comprende una serie de conductas, para una determinada posición dentro de un sistema. Quiere decir que cada individuo cumple un rol distinto dentro de la sociedad.

La comunicación, según Berlo se relaciona con la organización social de las siguientes maneras:

- Los sistemas sociales se producen a través de la comunicación, es decir, el desarrollo de un sistema supone un entendimiento entre los miembros de dicho sistema. La comunicación aumenta las probabilidades de semejanza entre las personas y aumenta las posibilidades de que la gente pueda trabajar junta, para así alcanzar un objetivo, así la comunicación aumenta el desarrollo social.
- Una vez que se ha desarrollado un sistema social, el mismo determina la comunicación entre sus miembros.
- Los sistemas sociales afectan el cómo, el porqué, para quién, de quién y con qué efectos se produce la comunicación. Quiere decir, que el sistema establece que tipo de contenido tendrán los mensajes transmitidos.
- La comunicación influye en el sistema social y este, a su vez, influye en la comunicación. Por ende ninguno de los dos puede ser analizado por separado; tanto el proceso de la comunicación y el proceso social son interdependientes, se relacionan entre ambos.

Los autores citados, coinciden en que la comunicación y los sistemas sociales, hacen referencia a la participación de la comunidad con la organización. También aportan, que los sistemas sociales son el conjunto de los distintos roles que cumple cada individuo en la sociedad y que el sistema social depende de la comunicación y viceversa, ya que aumenta la semejanza entre las personas, determina la manera en la que se comunican y permite el desarrollo social.

2.3 RELACIÓN ENTRE EL GOBIERNO LOCAL Y LOS CIUDADANOS

Para el desarrollo local se necesita de ciudadanos activos y corresponsables con su ciudad, se trata de incorporar a los ciudadanos en las decisiones públicas, por ende es necesario el trabajo en red donde cada individuo cumple un rol que se relaciona con el de los demás. Los grupos informales, los técnicos, los líderes, las entidades, son mediadores y a través de ellos los ciudadanos con las estrategias adecuadas, incorporan experiencias de participación para el desarrollo comunitario. (Alguacil. 2006, p. 31).

En base a lo expuesto anteriormente por el autor, se puede concluir que en los Gobiernos Locales, los ciudadanos juegan un papel fundamental pues, cada uno cumple un rol que fomenta al desarrollo social.

2.3.1 Definición de Gobierno Local

Para Edgar Blancas (2009, p.30) el Gobierno Local hace referencia a la entidad del Municipio, que es una organización política territorial, con autonomía propia y que además incluye niveles menores como: juntas, presidencias de comunidad, etc. Según Luis Morell (2006, p.29) lo local hace referencia a un espacio de territorio, que por sus dimensiones puede formar un sistema de gobierno en el que haya interacción permanente entre los poderes públicos y los agentes sociales.

Por otro lado para Esteban Corral (2006, p.895) el Gobierno Local es el órgano, que bajo el mandato del alcalde colabora en la dirección política y ejerce funciones ejecutivas y administrativas. Para finalizar, según Laura Cárdenas (2009, p. 83) una buena gobernanza local, crea condiciones para un desarrollo sostenible, reduce la pobreza, incrementa la participación ciudadana y desarrolla exitosamente experiencias en comunicación participativa dentro de una sociedad.

En conclusión a lo expuesto por los autores, concuerdan en que el Gobierno Local es una organización que cuenta con autonomía y que tiene una relación más directa con los ciudadanos, además que incentiva a la participación y la comunicación es más exitosa, como lo asegura Laura Cárdenas (2009, p. 83).

2.3.2 Comunicación de los Gobiernos Locales

Según Marisa Ramos (citada en Dell' Oro, J 2008, p. 34) los Gobiernos Locales también tienen la necesidad de comunicarse principalmente con los ciudadanos, para conservar su legitimidad en el ejercicio del poder; una buena gestión de los Gobiernos Locales se vincula y se evalúa por su capacidad de comunicación. Jaramillo por otro lado (2004, p. 115) considera que en los Gobiernos Locales se da una comunicación pública, lo que hace referencia a la lucha de los sujetos por intervenir en la vida colectiva y en el acontecer de los procesos políticos concernientes a la convivencia con los demás y también por participar en el acontecer público, en donde se reúnen las distintas voces que forman parte de una sociedad.

Aportando con el tema, para Jorge Dell'Oro (2008, p. 11) una eficaz gestión de los Gobiernos Locales se basa con la elaboración de un plan de comunicación y de desarrollo sostenible, es decir un modelo de desarrollo que incluya la participación ciudadana bajo los criterios de equidad y transparencia.

En culminación, Puig (2003, p. 26) sugiere comunicar todo lo que se realiza desde la organización municipal, es decir desde el Gobierno Local hacia

afuera, comunicando en la calle, en los medios de comunicación, tiendas, etc. Y así fortalecer estratégicamente los siguientes puntos:

- **Potenciar la curiosidad:** Crear campañas innovadoras, ser parte de la comunicación efectiva y crear expectativas.
- **Estimular la inteligencia práctica:** Elaborar piezas comunicacionales completas, que no sean únicamente bonitas, si no que respondan a varias preguntas de la misma ciudadanía, que expliquen más allá de la imagen y sobretodo que sean entendibles para todos.
- **Ser esponja:** El comunicador que es parte de una institución pública, municipal, debe almacenar información bastante variada y completa; como por ejemplo: medios de comunicación disponibles, los más efectivos, la relación con los medios y ciudadanos, cuestiones políticas, mensajes claves, público objetivo, etc. Consolidando así la imagen del Municipio como una organización sólida y transparente que siempre informa todo.
- **Fomentar el aprendizaje:** El comunicador ideal está en constante sintonía con los distintos equipos de una institución y en el caso de una empresa pública con las distintas entidades del Gobierno, dispuesto a aprender y compartir sus conocimientos, pues la exitosa comunicación hacia los ciudadanos es producto de un equipo de trabajo, no únicamente de un individuo.
- **Ser mejores y diferentes:** Crear un tipo de comunicación única, que distinga a la entidad Municipal de cualquier otro tipo de organización.

La comunicación de los Gobiernos Locales, para los distintos autores, es un pilar fundamental para aumentar la participación de los ciudadanos en los distintos asuntos públicos, además como lo mencionó Marisa Ramos una

buena comunicación legitima el ejercicio del poder de un Gobierno. Reforzando las teorías expuestas, Tony Puig (2003, p. 26) mencionó varios puntos que se fortalecen cuando un Gobierno Local o Municipio comunica todo a los ciudadanos, todos los puntos se relacionan con aspectos positivos que mejoran la imagen, reputación e identidad de la organización Municipal, incrementando la confianza y participación por parte de los ciudadanos.

2.3.3 Comunicación Relacional con los Ciudadanos

Para Tony Puig (2003, p. 11) el comunicar implica relacionarse, es así que los Municipios exitosos en la actualidad son relacionales, es decir, tratan de tomar en cuenta a los ciudadanos fomentando el liderazgo y así la capacidad de mediación crece, ya que es el gran componente de las marcas públicas, porque los ciudadanos quieren formar parte activa de la organización municipal y del desarrollo de la ciudad de todos. El liderazgo municipal es muy importante en una sociedad, pero sobre todo un plan de comunicación relacional, en el que la comunicación y participación tengan capacidad de liderazgo y competencias para articular las distintas áreas (pluralidad cultural) Julio Alguacil (2006, p. 32).

En base a lo mencionado por los autores citados hasta el momento, acerca de los Gobiernos Locales y la Comunicación, todos coinciden en que la relación entre ambos crea condiciones para un desarrollo sostenible, reduce la pobreza e incrementa la participación ciudadana, también que los Gobiernos Locales son muy relacionados con la entidad del Municipio, que es un organismo que cuenta con autonomía propia, además concuerdan en que estos gobiernos colaboran en la dirección política y ejercen funciones ejecutivas y administrativas. Con sus aportes, se puede decir que la comunicación de los Gobiernos Locales se enfoca especialmente hacia los ciudadanos, todos los sujetos quieren participar de las decisiones públicas y se reúnen varias opiniones de la sociedad. Cabe recalcar que la comunicación relacional con los ciudadanos, se refiere a que los municipios toman en cuenta y permiten la participación de los ciudadanos, pues depende de ellos.

2.3.4 Proceso Participativo en el Gobierno Local

Según Carrasquilla y Seidel (citados en Pastor, 2009, p. 46), la Participación en general y en la municipalidad especialmente, tiene cada vez una importancia más reconocida por las diversas ventajas y beneficios que ofrece su exitosa implementación, algunas de esas ventajas son:

- Mejora la legitimidad política y retoma la confianza entre los ciudadanos y los responsables de tomar decisiones.
- Permite la resolución de conflictos en el periodo de toma de decisiones.
- Contribuye a la construcción del capital social y fortalece la idea de comunidad.
- Fortalece la democracia, estimulando una ciudadanía más activa, permitiendo a la opinión pública estar informada y participar en el debate público.
- Ayuda a los individuos a mejorar sus condiciones de vida, recuperar el espacio público y ser parte de las decisiones de las administraciones

Por otra parte, Rast y Camacho (2008, p. 17) proponen que el proceso participativo en el Gobierno Local es el conjunto de acciones en las que los ciudadanos se relacionan con las distintas instituciones del Gobierno Local en varias etapas del ciclo de políticas públicas, como:

- **Diagnostico Participativo:** Se refiere a la identificación de problemas y demandas de la sociedad.
- **Planeación:** Quiere decir, las estrategias y programas que se realizarán para el desarrollo local.

- **Presupuestación Participativa:** Hace referencia a la ejecución de programas y proyectos de desarrollo local, según el presupuesto asignado a la entidad.
- **Transparencia:** Es la rendición de cuentas desde las autoridades hacia los ciudadanos.
- **Contraloría Social:** Es decir, la vigilancia y exigibilidad que los ciudadanos realizan a las autoridades y sus políticas públicas, para que se cumplan los procesos exitosamente.

Los autores mencionados, aseguran que la participación de los ciudadanos en los procesos de decisión, asumen un reto que debe ser conseguido por las distintas políticas sociales, tanto en el ámbito municipal y en general de los Gobiernos Locales, además aportan que el proceso participativo en dichos Gobiernos cada vez tiene más importancia por los beneficios que obtienen los ciudadanos al cumplir la causa y las significativas ventajas de los Gobiernos Locales al permitir dicha participación.

2.4 PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La autora Laura Ortiz (citada en FORMIA 2009, p. 14), considera que la Participación Ciudadana es una relación de poder, a través de la cual una diversidad de actores, individuos y grupos sociales se encuentran y ejercen su capacidad de decisión para destinar los recursos de la ciudadanía en función de alcanzar sus anhelos.

En base al aporte de la autora se puede decir que Participación Ciudadana es la relación de los individuos y el Gobierno, en donde los actores sociales tienen la capacidad de decisión para orientar los recursos según sus necesidades.

2.4.1 Definición de Participación

Según Rahnema (citada en FORMIA 2009, p. 14), participar significa vivir y relacionarse, recuperar la libertad propia, es decir, aprender a escuchar y compartir libremente cualquier tipo de pensamiento, creencia o juicio predefinido. Sin embargo, Burin, Istvan, Levin (2003, p. 113) definen que participar es ejercer el poder de tomar decisiones, actuar y transformar la realidad, es importante para que los seres humanos se desarrollen y sean responsables, conscientes y libres.

Otra definición de participación es propuesta por Alguacil (2005, p. 43), para quien el concepto de participación es complejo y conlleva fundamentalmente cuatro dimensiones, visibles en el siguiente figura:



Figura 6. Complejidad de la Definición de Participación Propuesto por Alguacil
Tomado de: Alguacil (2005, p. 43).

Interpretando la figura expuesta, el autor explica cada una de las cuatro dimensiones en base a la definición de participación, de la siguiente manera:

- **Ser parte de** (un sistema o una red): Es decir, cada sujeto juega un papel en la sociedad e interactúa con los demás individuos, en un contexto de

confianza y reciprocidad, pues forma parte de una colectividad, en esta dimensión la persona se incluye.

- **Estar en** (un entorno social): Hace referencia a que cada individuo se sitúa en un territorio, se integra y apropia de un espacio común donde se encuentra y comparte con los otros sujetos. La participación política para que se desarrolle requiere de una realidad social vinculada a un espacio físico, conocido como territorio.
- **Sentirse parte de** (una comunidad o un grupo): Es el sentido de pertenencia, identidad indispensable para la autonomía, lo que significa un acceso a las relaciones sociales, que desde la diferencia permite marcar la identidad propia, es decir, que una gestión democrática y solidaria permite alcanzar los objetivos comunes e individuales, trabajando en equipo.
- **Tomar parte** (en las decisiones) y **tener parte** (de poder): Se refiere, a que no se entiende lo que es ciudadanía, si no se tomará en cuenta el derecho de los ciudadanos de participar e incidir en las decisiones que les afectan de forma común, es decir todo lo relacionado con los asuntos públicos, promoviendo así iniciativas que implican la práctica participativa y democrática, generando cierto poder en los individuos que son parte de la sociedad.

En base a lo mencionado por los autores, acerca de la definición de participación, se puede decir que existe una definición muy amplia y debatible, proponen que participar es relacionarse y tener la libertad de decir, aprender, escuchar y compartir cualquier idea, pensamiento o sentimiento; coinciden en que también es ser libre y además permite que los ciudadanos sean conscientes y responsables de las decisiones que toman en relación a su entorno social y a favor de sus propios intereses. Sin embargo la definición de Rahnema discrepa con la expuesta por Burin, Istvan, Levin; ya que la primera

propone que participar es expresarse libremente y los segundos enfatizan que participar es actuar más que pensar y expresar.

2.4.2 Nueva definición de Ciudadanía

Para Roberto Mellado (2001, p. 19) Ciudadanía se refiere a un grupo de individuos racionales, libres e iguales ante la ley, que legitiman los procesos políticos, ya que la fuente del poder es la voluntad del pueblo, es decir la voluntad de los ciudadanos. Otro aporte lo da Norbert Bilbeny (2008, p. 41) para quien ciudadanía es el hecho de participar en el gobierno político de una sociedad; asegura que se adquiere la ciudadanía por distintas cualidades de los sujetos, que pueden ser: pertenecer por consanguinidad a la sociedad o pertenecer a la sociedad por habitar en un territorio determinado.

Finalmente Margarita Bartolome y Flor Cabrera (2007, p. 18) proponen una nueva y diferente definición, que la ciudadanía debe ampliarse para enfrentar los retos democráticos que la sociedad tiene en la actualidad, como lo son: reto de la globalización, reto de la pluralidad y multiculturalidad, reto de la exclusión, etc. Es atender el legítimo ejercicio de los derechos y deberes propios de los ciudadanos en las sociedades democráticas.

Con respecto a la definición de ciudadanía expuesta por los autores mencionados, se puede decir que ciudadanía es el derecho que tienen los individuos que habitan en una sociedad, de ejercer democracia y enfrentar los retos actuales de una civilización, además que la voluntad del pueblo es la verdadera fuente de poder, por lo que ciudadanía se entiende únicamente con la participación de los actores sociales.

2.4.3 Definición de Participación Ciudadana

“Participación Ciudadana es el conjunto de herramientas que facilitan la intervención de los ciudadanos y ciudadanas en la organización de la

administración pública, sin ser parte de las estructuras burocráticas, es decir que el que participa no se vuelve funcionario, ni tampoco colaborador o interesado en obtener algún beneficio”. Lisette Borrel (citada en Rast y Camacho 2008, p. 29).

El autor Rodrigo Araya (citado en Cerbino y Richero 2006, p. 129) sostiene que Participación Ciudadana se entiende como el proceso mediante el cual se integra al ciudadano en forma individual o colectiva, en la toma de decisiones, fiscalización, control y ejecución de las acciones que afectan algún ámbito de la esfera pública, sea en lo político, económico, social o ambiental. Por otro lado, Jimena Freile (citada en FORMIA 2009, p. 13) define que es generar en los ciudadanos las capacidades para que se involucren y hagan propuestas; es decir, permitir que la ciudadanía opine sobre los procesos públicos de diferente índole.

Sin embargo, Susana Mejillones (2006, p. 8) refuerza que la Participación Ciudadana “es un proceso mediante el cual hombres y mujeres, de forma individual o colectiva son parte activa de la gestión de las acciones del Gobierno Municipal en:”

- Toma de decisiones
- Fiscalización
- Control
- Ejecución

Finalmente, Lothar Rast y Gloria Camacho (2008, p. 14) aseguran que la Participación Ciudadana se da en el espacio público, es decir, en el espacio en donde se debate y se practican las estrategias y programas de desarrollo, impulsadas por el Gobierno o Gobiernos Locales. Los autores mencionan además que la Participación Ciudadana también satisface demandas y aspiraciones comunes de un grupo, mediante la exigibilidad de derechos, el control social, la concertación entre la sociedad civil y el Estado o por el acceso

de obras de interés social, es así que, se busca reforzar o promover los procesos de gobernabilidad democrática, para alcanzar una exitosa participación ciudadana.

Tomando en cuenta el aporte dado por los distintos autores citados hasta el momento, todos coinciden en que la Participación Ciudadana es el proceso mediante el cual los ciudadanos, ya sea de forma individual o colectiva, intervienen en los procesos públicos de distinta índole; satisfaciendo así sus demandas, mediante la exigibilidad de sus derechos y un verdadero cumplimiento democrático.

2.4.4 Objetivos de la Participación Ciudadana

Para Hernán Valencia (2000, p. 43) los objetivos de la Participación Ciudadana, se pueden tomar en cuenta desde la perspectiva de los actores sociales y por otra parte desde el punto de vista de las autoridades, los objetivos que plantea son:

- **Desde las perspectiva de los actores sociales, su finalidad es:**
 - Solucionar problemas de la comunidad y mejorar su calidad de vida.
 - Incorporar las demandas de los sectores sociales excluidos como: mujeres, jóvenes, indígenas.
 - Contar con espacios de relación entre los actores sociales y las autoridades.
 - Fortalecer a las organizaciones mediante el aprendizaje del proceso de Participación Ciudadana.

- Aprender y crear conciencia de los problemas.
- Ejercer control social sobre las autoridades.
- **Desde la perspectiva de las autoridades, los objetivos son:**
 - Conseguir mayor corresponsabilidad de la sociedad y lograr legitimidad de las políticas.
 - Enfrentar el clientelismo (sistema extraoficial de intercambio de favores).
 - Incrementar las obligaciones ciudadanas, logrando que se sientan parte de los distintos proyectos y políticas públicas.
 - Alcanzar la sostenibilidad de los procesos, que pueden truncarse con los cambios de autoridades.
 - Responder de forma eficaz a las necesidades de la población.
 - Ampliar el proceso de democracia.

2.4.5 Niveles de Participación

Los autores Arboleda M, Herrera S, Ospina P. (2008, p. 24) han identificado siete niveles de participación, que alcanzan los actores que forman parte de los procesos participativos. Los siete niveles son:

- a) **Información:** Es decir, el conocimiento reflejado en datos o hechos que tienen las personas, acerca de situaciones o acontecimientos que se desarrollan en su entorno; esa información le permite opinar y ser parte de los procesos locales con fundamentos.

- b) **Consulta:** Permite a las personas dar su opinión acerca de un problema, situación, o circunstancia. Los resultados obtenidos en la consulta, se convierten en insumos muy importantes para la toma de decisiones por parte de las autoridades.
- c) **Iniciativa:** Se refiere a las sugerencias o propuestas que presentan los individuos, para solucionar algún problema que les afecta directa o indirectamente. Convirtiéndose, así en actores partícipes de soluciones.
- d) **Fiscalización:** También conocido como control social, se refiere al seguimiento y vigilancia que realizan las personas a los programas, proyectos que se decidieron con anterioridad en su activa participación. Los ciudadanos asumen un mayor compromiso, al ser parte de un proceso de control completo.
- e) **Concertación:** Proceso a través del cual dos o más personas, llegan a un acuerdo o compromiso, para solucionar situaciones o problemas que se han identificado con anterioridad. En este proceso se proponen los medios para solucionar dichos problemas, por lo cual es muy importante que dichos actores sociales estén bien informados.
- f) **Decisión:** Es decir, cuando se opta por una o más líneas de acción; cuando se define una de entre varias alternativas. Este es uno de los niveles, en los que más se participa, ya que involucra a la ciudadanía directamente a tomar decisiones sobre los proyectos que se ejecutarán.
- g) **Gestión:** Se refiere a las acciones que se implementarán para solucionar problemas, satisfacer necesidades, etc. La gestión involucra varios recursos como los son: técnicos, económicos, tecnológicos, humanos, para obtener el resultado deseado. Los ciudadanos participan directamente al gestionar y ejecutar las acciones.

Según lo expuesto por los autores en cuanto a los objetivos y niveles de participación se concluye que los objetivos de participación ciudadana pueden cumplirse según dos puntos de vista: desde los actores sociales y objetivos desde las autoridades, en ambos cuentan con varios beneficios y retos por superar. Por otro lado se puede decir, que en cuanto a los niveles de participación identificados por los autores Arboleda M, Herrera S, Ospina P. se cumple un proceso cronológico y razonable por parte de los actores que ejercen este acto democrático: se informan, debaten, consensúan, deciden, solucionan, etc.

2.4.6 Tipos de Participación Ciudadana

La participación se clasifica de distintas maneras, una de las divisiones es propuesta por Barrera (2007, p. 14), quien menciona cuatro tipos de participación: la participación **comunitaria** y participación **social**, que operan en la esfera privada; mientras que la participación **ciudadana** y la **política** lo hacen en el ámbito público.

En base a la misma clasificación mencionada, la autora Nuria Cunnill (2000, p. 8) explica más detalladamente los tipos de participación:

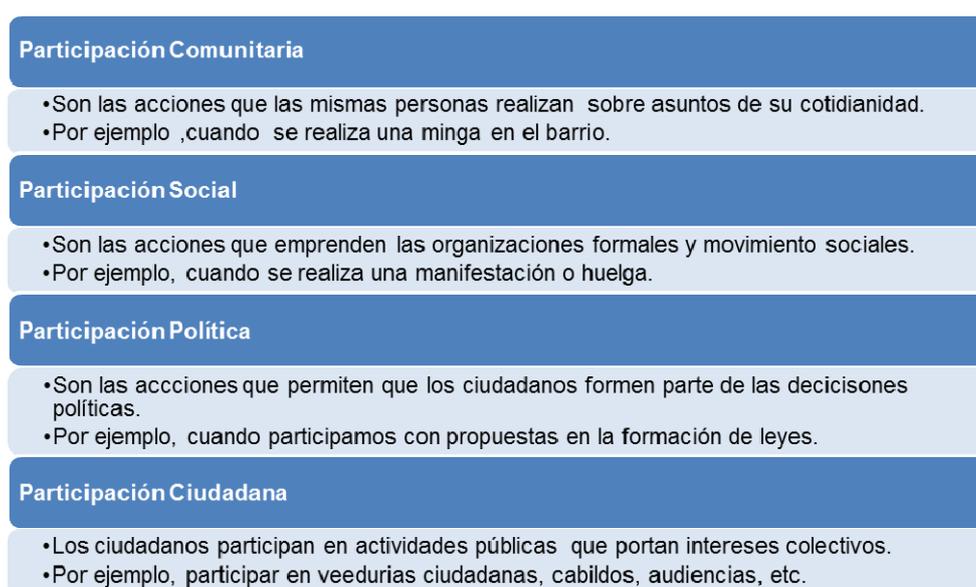


Figura 7. Tipos de Participación Ciudadana

Tomado de: Interpretado en función del texto de la autora Nuria Cunnill (2000, p. 8).

Relacionando el tema, Roberto Mellado (2001, p. 22) plantea que la Participación Ciudadana puede tener los siguientes significados:

- **Participación Autónoma:** Es cuando la ciudadanía participa por algún tipo de organización no gubernamental.
- **Participación Clientelística:** Es decir, la autoridad o los individuos se ayudan a través del intercambio de favores o cosas.
- **Participación Incluyente o Equitativa:** En esta se promueve la participación de toda la ciudadanía, sin importar su pertenencia, identidad, religión, clase social, etc.
- **Participación Institucionalizada:** Se refiere a que se cuenta con un reglamento para que la ciudadanía participe en los procesos del Gobierno Local.

Ambos autores mencionan que existen algunos tipos de participación ciudadana que se clasifican según distintos criterios, ya sea por participar en el ámbito público o privado; además de participar en distintas circunstancias sociales.

2.4.7 Medición de la Participación Ciudadana

Los autores Lothar Rast y Gloria Camacho (2008, p. 18) proponen tres niveles de impacto para poder medir la eficacia de la Participación Ciudadana, los medidores propuestos son:

- **Cultural:** Visualiza si se están produciendo cambios en los patrones culturales existentes, por ejemplo: si el proceso participativo se vuelve costumbre y es valorado socialmente, además que promueva el ejercicio de los derechos y obligaciones ciudadanas.

- **Institucional:** Rescata las metodologías, instrumentos, procedimientos empleados para hacer activa la participación ciudadana.
- **Normativo:** Permite identificar el marco legal que fomenta la participación ciudadana y si se lo cumple a cabalidad.

Según lo mencionado por los autores, la Participación Ciudadana tiene varias características, se puede medir el cumplimiento de dichas características, a través de ciertos indicadores sociales, como son: en el ámbito cultural, que tiene que ver con el cambio en distintos patrones; institucional, se refiere al procedimiento para alcanzar la participación y normativo que evalúa el cumplimiento de la ley.

2.4.8 Gobiernos Participativos con Poder de Decisión

Uno de los artículos de la última Constitución demuestra la importancia dada a la participación ciudadana en el Ecuador, desde los niveles de gobierno:

Art. 100.- En todos los niveles de gobierno se conformarán instancias de participación integradas por autoridades electas, representantes del régimen dependiente y representantes de la sociedad del ámbito territorial de cada nivel de Gobierno, que funcionarán regidas por principios democráticos. La participación en estas instancias se ejerce para:
numeral 3: Elaborar Presupuestos Participativos de los Gobiernos.
(Constitución Política del Ecuador, Artículo 100).

En el proceso participativo, juegan un papel fundamental los Gobiernos Autónomos o denominados Gobiernos Participativos con poder de Decisión (GPPD), que para los autores Archon Fung y Olin Wright (2003, p. 12), son Gobiernos que nacen de la tradición republicana de valorar el debate ciudadano, de crear instituciones que fortalezcan la democracia.

Los autores mencionados proponen tres principios de los GPPD, mismos que son:

- **Orientación Práctica:** Es decir, tener en claro las situaciones que se tratarán, durante el proceso de participación; temas que se relacionan con seguridad, medio ambiente, obras públicas, seguridad, etc. Temas de interés común para que los participantes puedan cooperar entre si y no competir unos con otros.
- **Participación desde la Base:** Siempre ha surgido un debate, en que si solo las personas técnicamente preparadas son quienes debieran tomar decisiones sobre asuntos públicos. En este contexto los autores que proponen estos principios de los GPPD Archon Fung y Olin Wright (2003, p. 14), defienden dos argumentos en oposición; el primero, es que las personas que participan en estos procesos desde la base, cuentan con experiencias reales y propias que complementan los conocimientos técnicos; la segunda, enfatiza que el hecho de incluir a actores desde la base, incrementa responsabilidades e interés de las acciones públicas.
- **Discusiones Deliberativas:** Esto implica, que todas las personas que son parte del proceso, deben poner atención en las exposiciones de los demás, para que puedan considerarlas y construir una posición argumentada y sobretodo conjunta, para que el resto de participantes puedan tomar una decisión más razonable y no la que les convenga individualmente.

En conclusión, a lo expuesto en el artículo 100 de la Constitución de la República del Ecuador y lo mencionado por los autores, los Gobiernos Autónomos o denominados Gobiernos Participativos con poder de Decisión (GPPD) fomentan el debate ciudadano y las prácticas democráticas, a través del cumplimiento de ciertos principios.

2.4.9 Marcos Legales de la Participación Ciudadana

En la nueva Constitución, se estipula la creación de leyes secundarias, que cuenten con la activa participación de los ciudadanos, algunos elementos legales que contemplan la participación ciudadana, según La Escuela de Formación Ciudadana Territorial (2010, p.17) son los siguientes:

- **Ley Orgánica del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.**

Organismo que busca la activa participación de la ciudadanía en las diferentes funciones de Estado y en los distintos niveles de Gobierno, impulsando así las iniciativas ciudadanas de control social.

- **Ley Orgánica de Participación Ciudadana.**

Tiene como finalidad fomentar y garantizar el cumplimiento de los derechos de participación de los ciudadanos, tanto de manera individual como colectiva; de crear instancias de deliberación pública, para fortalecer la participación e impulsar una verdadera democracia participativa.

- **Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización “COOTAD”.**

El COOTAD define el régimen de Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), entre los cuales se encuentran: juntas parroquiales, concejos municipales, concejos metropolitanos, concejos provinciales y regionales. Este código, establece los distintos niveles de gobierno local, que se mencionan anteriormente en artículo No. 100 de la Constitución ecuatoriana. El COOTAD además, recoge en un solo cuerpo legal disposiciones que se encuentran dispersas en varias leyes, como por

ejemplo: Ley de Régimen Municipal, Ley de Régimen Provincial, Ley de Juntas Parroquiales y Ley de descentralización del Estado y Participación Social.

Según lo expuesto en cuanto a los Marcos legales de Participación Ciudadana, se puede concluir que todo proceso democrático y social debe contar con una base legal, que asegure el cumplimiento de los procesos planteados, como en el caso de Participación Ciudadana que cuenta con dos leyes y un Código Orgánico de Ordenamiento Territorial y Autonomía (COOTAD) recoge en un solo cuerpo legal disposiciones que se encuentran dispersas en varias leyes.

2.5 GESTIÓN PARTICIPATIVA

Para la autora Mariana Llona (2006, citada en Pereira 2008, p. 33). La Gestión Participativa para el desarrollo local, se entiende como el saber hacer de las municipalidades y organizaciones locales; se considera un proceso dinámico, en donde los distintos actores: locales, públicos y privados anuncian sus intereses que se engloban en un objetivo común. Otro aporte es dado por FORMIA (2009, p. 16) que hace referencia a la Gestión Participativa como el interés demostrado por algunas autoridades de relacionar a la ciudadanía en los procesos y acciones que se desarrollan en el contexto local, haciendo que la Participación Ciudadana sea vista como un elemento estratégico y necesario que beneficia a la imagen y labor municipal, siempre y cuando exista acogida y respaldo por parte de los ciudadanos que se involucran directa o indirectamente en el proceso.

Finalmente, Mario Rosales (2005, p. 17) plantea cinco características de la Gestión Participativa, mismas que son:

- El liderazgo democrático del alcalde y del Gobierno Local.
- Los equipos de trabajo y el desarrollo de los recursos humanos locales.

- La participación ciudadana y de la sociedad civil.
- La coordinación con instituciones públicas y alianzas con instituciones privadas.
- Creación de un ambiente positivo que estimule una cultura cívica de confianza.

En base a lo planteado anteriormente por los autores, acerca de la Gestión Participativa, se puede decir, que se refiere al cómo actúan las organizaciones locales y los distintos actores, para conseguir el objetivo común; todos hacen énfasis en el interés que demuestran las autoridades por lograr que se cumpla el proceso de Participación Ciudadana, pues beneficia la imagen del Municipio.

2.5.1 Herramientas de Comunicación para la Gestión Participativa

Para FORMIA (2009, p. 51), gestionar una comunicación que apoye y consolide las prácticas participativas para el desarrollo local, requiere de varios factores entre ellos: un compromiso político, institucional, interés, recursos técnicos, físicos y financieros y apoyo constante de todas las personas que trabajan por alcanzar el objetivo propuesto. La comunicación para el desarrollo requiere el consenso y participación activa de los ciudadanos que son los beneficiarios; algunas de las herramientas y medios de comunicación usados en la gestión de la participación comunitaria son: películas, videos, radios comunitarias y periódicos, por medio de esos medios la población toma sus propias decisiones. (Cárdenas, 2009, p. 60).

Los autores citados en este subcapítulo, coinciden en que la comunicación para la Gestión Participativa requiere de un compromiso que abarca varios aspectos, como: lo político, recurso financiero, tecnológico, humano, etc.; también aportan que es indispensable la constante participación de los ciudadanos y el uso de distintos canales y medios de comunicación para cumplir exitosamente el objetivo comunicacional en el proceso de participación.

2.6 DEMOCRACIA PARTICIPATIVA

El autor Enrique Pastor (2009, p. 35) expone que Democracia y Participación implican reconocer la diversidad del pensamiento, opiniones, convicciones y visiones de los asuntos públicos, además añade que democracia también alude a la idea del poder del pueblo, enfatizando procedimientos que permiten que los ciudadanos participen y tomen decisiones sobre los asuntos públicos. Una segunda definición la da Jorge Dell’Oro (2008, p. 12) para quien la Democracia Participativa es producto de las demandas que la sociedad hace por ganar protagonismo, a la hora de apoyar los actos del gobierno. Según el autor, para que la democracia se consolide en los municipios, se debe lograr que los ciudadanos tomen una actitud madura que les permita participar de las decisiones de su comunidad de una manera responsable.

Para finalizar el tema de Democracia Participativa, Cesar Solórzano (2004, p. 55) aporta que la democracia necesita ser más completa, es decir, debe incluir todos los aspectos que inciden en la cotidianeidad de una sociedad como: lo social, lo político, lo cultural, lo económico; elemento que giran en torno al principal elemento que es la participación.

En base a lo expuesto por los autores citados anteriormente, todos coinciden en que Democracia Participativa es reconocer las distintas opiniones, visiones y aportes que tienen los ciudadanos en relación a los asuntos públicos; también se puede considerar el poder que tiene el pueblo, para participar y decidir sobre los distintos temas de interés común.

2.6.1 Definición de Democracia

Es necesario tener en claro el concepto de lo que es democracia. Para Luigi Ferrajoli (2008, p. 77), democracia consiste en el conjunto de reglas que atribuyen poder al pueblo, el poder (directo o a través de representantes) de asumir decisiones, para garantizar la voluntad de los ciudadanos. Sin

embargo, según Wacquant 2005 (citado en Pastor 2009, p. 63) la democracia significa gobierno para el pueblo, expresa que la gestión pública debe adaptarse a las necesidades de los ciudadanos y no al revés. Finalmente, Joan Prats (2005, p. 31) explica que la democratización “requiere poner énfasis en la distribución equitativa de los beneficios en una economía crecientemente abierta con acciones que promuevan la participación democrática de los pueblos”.

En conclusión los autores coinciden en que democracia es dar poder al pueblo, para que tome decisiones que cumplan la voluntad de la mayoría de los ciudadanos, como lo menciona Wacquant que el gobierno se adapte a las necesidades de los ciudadanos, no viceversa.

2.6.2 Diferencia entre Democracia Representativa y Democracia Participativa

La Escuela de Formación Ciudadana Territorial, del DMQ (2010, p. 4) establece que las principales diferencias entre Democracia Representativa y Democracia Participativa son:

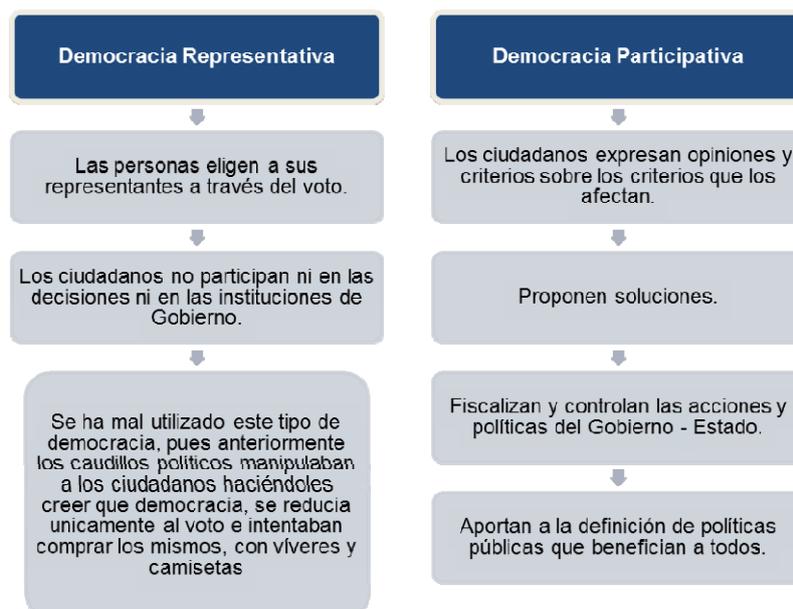


Figura 8. Diferencias entre Democracia Representativa y Democracia Participativa
Tomado de: Escuela de Formación Ciudadana Territorial, del DMQ (2010, p.4)

Interpretando la figura presentada, la principal diferencia entre Democracia Representativa y Democracia Participativa, se basa en que la Democracia Representativa participa únicamente un individuo en nombre de todos y en Democracia Participativa todos los ciudadanos expresan sus criterios y aportan con los mismos derechos.

Según Igor Ahedo y Pedro Ibarra (2007, p. 45), la Democracia Representativa está articulada para que la ciudadanía no participe, que viva felizmente desentendida de la gestión de lo público; mientras que la Democracia Participativa es la puesta en pie de procesos, espacios, en los que la presencia y voz de los ciudadanos tiene influencia relevante en las decisiones públicas.

2.6.3 Modelos de Democracia Participativa

Los autores Juan Arroyo y Mariana Irigoyen (2005, P. 53) identifican tres modelos de Democracia Participativa, que en realidad serían ideales, pues entre todos hay grandes brechas para llevarlos a cabo:

- **Democracia participativa de representantes:** Se identifica por la participación de directivos, instituciones y líderes de organizaciones, sin mandato de sus representados ni rendición de cuentas de sus actos.
- **Democracia participativa de representantes con poblaciones:** Es el poder de la población reunida, que se convierte en el principal vínculo y genera una gestión mutua entre el Estado y la sociedad.
- **Democracia participativa limitada:** Los municipios deben cumplir lo normado en la ley, a pesar de que dichas normas tienen insuficiencias como: el porcentaje de miembros de las organizaciones sociales y los requisitos legales para su inscripción, etc.

Según lo expuesto por los autores, se afirma que la democracia es el derecho que tienen los ciudadanos de asumir decisiones y que la gestión pública tiene que

adaptarse a las necesidades de los ciudadanos, no al revés. Además que la Democracia Participativa, puede darse de tres maneras distintas, que en la realidad no siempre se llevan a cabo, pero se consideran los modelos idóneos de Democracia Participativa.

Por lo expuesto en el capítulo II y recopilación de varios conceptos sobre Participación Ciudadana y Democracia Participativa para que según lo mencionado al inicio acerca de la campaña o Plan de Comunicación, se pueda difundir correctamente a la ciudadanía desde la organización Municipal el derecho que tiene el pueblo de participar en los asuntos públicos, además de tomar decisiones que cumplan la voluntad y satisfagan las necesidades colectivas que se presenten en su cotidianidad. Por ende es necesario aplicar una campaña de comunicación desde el Municipio para el desarrollo de la sociedad.

3 CAPÍTULO III: PROCESO DE LOS PRESUPUESTOS

PARTICIPATIVOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE

QUITO

La información presentada a continuación es recopilada de distintas fuentes como lo son: libros, internet, documentos de investigación de instituciones públicas, etc.

3.1 MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, por mandato constitucional se acoge al régimen especial autónomo, por considerarlo el medio más apropiado para promover el buen vivir dentro de su circunscripción territorial, en la que se encuentra la capital política-administrativa del país.

3.1.1 ¿Qué es que Regula?

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito es una organización parte del Gobierno, su principal función es facilitar los esfuerzos de la comunidad con todo lo referente a la planificación, ejecución, concepción, repartición y uso de los servicios que aportan al cumplimiento de las ambiciones de la sociedad.

Además, es la entidad administrativa encargada de viabilizar los trámites a través de los cuales, la ciudadanía obtiene obras, además cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.1.2 Estructura Orgánica Funcional del MDMQ

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, se rige a través de un organigrama jerárquico que se divide en cinco niveles, que son:

- Nivel de Gobierno
- Nivel de asesor y control
- Nivel de decisión
- Nivel de gestión
- Nivel operativo

A continuación se muestra el organigrama:

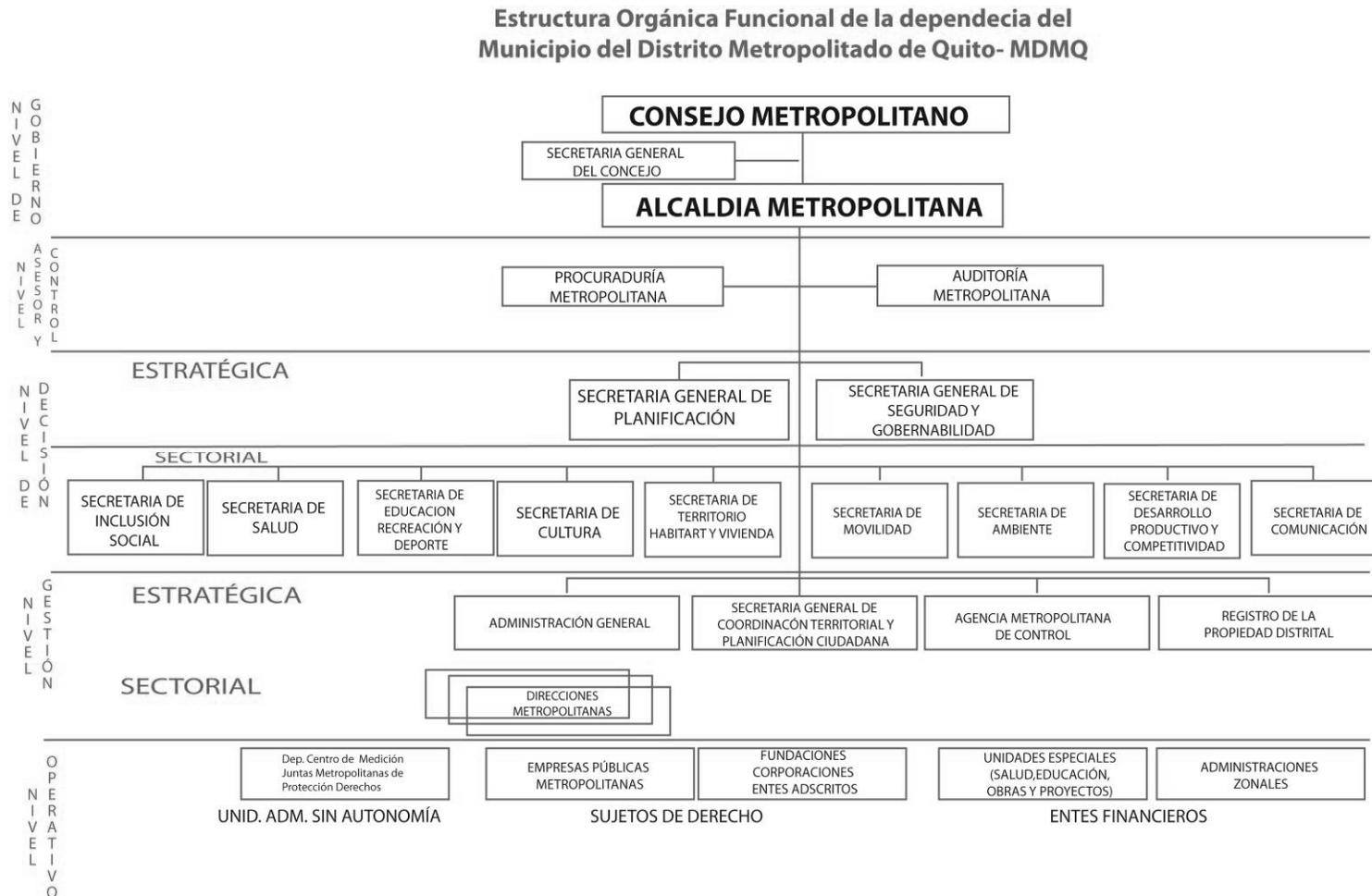


Figura 9. Organigrama
Tomado de: Municipio DMQ, 2012.

3.1.3 División

En la actualidad las ciudades se configuran cada vez más en unidades complejas de funcionamiento y gestión, la delimitación urbana se extiende y sobrepasa los límites administrativos de la ciudad, acontecimiento que afecta las prácticas políticas, administrativas y económicas de las ciudades metropolitanas. Rodríguez y Oviedo (2001, p. 7).

Es así, que el Municipio del Distrito metropolitano divide su gestión en Secretarías que manejan distintos temas claves para el desarrollo de la ciudad y también se divide territorial y administrativamente en ocho Administraciones Zonales.

3.1.3.1 Secretarías

Dentro del Municipio, funcionan doce diferentes secretarías, que a pesar de estar enlazadas entre sí, cada una tiene su función específica.

Las Secretarías del Municipio de Quito, son:

- Secretaría General de Planificación
- Secretaría de Seguridad y Gobernabilidad
- Secretaría de Comunicación
- Secretaría de Ambiente
- Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana
- Secretaría de Educación
- Secretaría de Cultura
- Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad
- Secretaría de Movilidad
- Secretaría de Inclusión Social
- Secretaría de Salud
- Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda

3.1.3.2 Administraciones Zonales

El Distrito Metropolitano de Quito se divide en ocho zonas estratégicas en donde se ha colocado una Administración Zonal que se preocupa por atender correctamente las necesidades de las parroquias y barrios dentro de la respectiva circunscripción. Cada Administración Zonal tiene distintas características sociales y espaciales.

Las ocho administraciones zonales con sus respectivas parroquias y características, se describen de la siguiente manera:

Tabla 1. Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito

Administración Zonal	Parroquias	Características
Eugenio Espejo	Guayllabamba, Kennedy, San Isidro del Inca, Puéllaro, Atahualpa, San Jose de Minas, Chavezpamba, Perucho, Cochapamba, Zámبiza, Nayón, Belisario Quevedo.	Espacios consolidados
Manuela Sáenz	Centro Histórico, La Libertad, La Colmena, San Juan, Itchimbia, Monjas Puengasí.	
Eloy Alfaro	Argelia, Chilibulo, Chimbacalle, Ferroviaria, Mena, Lloa, La Magdalena, San Bartolo, Solanda	
La Delicia	Condado, Nono, Nanegalito, San Antonio de Pichincha, Calacalí, Pomasqui, Pacto, Guallea, Nanegal, Ponceano, Cotocollao, Carcelen.	
Calderón	Llano Chico, Calderón.	Zonas de expansión en la periferia de la ciudad
Quitumbe	Turubamaba, Guamani, La Ecuatoriana, Chillogallo, Quitumbe.	
Tumbaco	Cumbayá, Pifo, Puembo, Checa, Tababela, Yaruqui, Quinche, Tumbaco.	Zonas rurales con índice de dispersión.
Chillos	Alangasí, Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced, Pintag	

Tomado de: Municipio de Quito.

En referencia a la tabla anterior, Castells y Borja (2000, p. 70), explican que las Administraciones Zonales se dividen tomando en cuenta las siguientes características territoriales:

- a) Espacios consolidados:** Se refiere a los lugares establecidos dentro del perímetro de la ciudad.
- b) Zonas en expansión:** Son los lugares que se encuentran en las periferias de la ciudad.
- c) Zonas con índice de dispersión:** Hace referencia a las zonas rurales, que se encuentran totalmente alejadas del perímetro de la ciudad.

Objetivos de las Administraciones Zonales

Los principales objetivos que persiguen las ocho Administraciones Zonales en el Distrito Metropolitano de Quito son los siguientes:

- Planificar, organizar, ejecutar, controlar, fiscalizar y evaluar proyectos de desarrollo social, económico y territorial, en la jurisdicción zonal, integrando participación ciudadana.
- Administran los recursos humanos, financieros, tecnológicos para una adecuada gestión con el objetivo de cumplir las necesidades de los habitantes de la zona.
- Coordinan con las Secretarías, Direcciones y Empresas Metropolitanas las distintas actividades que permiten mejorar el servicio hacia la ciudadanía, con entrega oportuna y valor agregado.

- Adecuar y organizar las políticas, planes, programas y proyectos metropolitanos en el ámbito local y en los distintos ámbitos en los que interviene el Municipio.
- Realizar la gestión urbana conforme a los planes de desarrollo territorial.

Según lo expuesto acerca del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, se puede concluir que es la entidad Administrativa que regula y viabiliza los distintos proyectos que generan un beneficio u obra a la ciudadanía promoviendo el buen vivir dentro de la circunscripción territorial. Además, debido a distintos factores expuestos por Castells y Borja (2000, p. 70), el Municipio se divide territorial y administrativamente en ocho Administraciones Zonales y operativiza su gestión a través de doce Secretarías que manejan varios temas para el desarrollo ciudadano como vivienda, salud, comunicación, participación, etc.

3.2 LA SECRETARÍA DE COORDINACIÓN TERRITORIAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, es la entidad delegada del Municipio de Quito que maneja todos los aspectos relacionados con la Participación Ciudadana y por ende se convierte en la entidad regularizadora del proceso de Presupuestos Participativos en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.2.1 Objetivo de la Secretaría

La Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, se creó bajo la necesidad de coordinar la gestión de las Administraciones Zonales mediante una previa planificación y aplicación de un modelo administrativo que garantice la ejecución de los proyectos en el territorio bajo la normativa y políticas metropolitanas, con criterios de equidad e integralidad. Se encarga

además de coordinar la formulación de políticas de participación ciudadana y de generar las herramientas, instrumentos y metodologías para el cumplimiento de este derecho.

Además, la Secretaria es la entidad mediadora de los barrios y de las parroquias, acudiendo a sus inquietudes y problemas. Una vez que se aprueban las obras a realizar en los barrios, la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana pasa a formar parte de la junta que inspecciona el cumplimiento de los proyectos, conjuntamente con los vecinos designados y sus respectivos dirigentes, quienes deben emitir un informe a la administración de lo que se realiza en la Zona.

3.2.2 Enfoque

La Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana en base a las actividades que desempeña, se ha planteado varias políticas de gestión que son:

- Promover la planificación y el ordenamiento territorial de las ocho Zonas Administrativas del Distrito Metropolitano, para garantizar el ordenado crecimiento y desarrollo de la ciudad.
- Promover una ciudadanía activa que pueda acceder con equidad e inclusión al arte y cultura, al deporte, la recreación, a prácticas y saberes ancestrales, a tecnologías de la comunicación, educación, entre otros.
- Garantizar y generar condiciones para el fomento de la participación ciudadana y la organización social en el distrito, adaptándose a las realidades urbanas y rurales de los sectores y zonas.
- Fortalecer las capacidades ciudadanas y la organización social en el Distrito.

- Implementar un sistema de planificación territorial de obras, servicios públicos y equipamiento urbano a escala zonal, sectorial y barrial.
- Facilitar distintos servicios a la ciudadanía a través del mejoramiento de las condiciones de trabajo e infraestructura de las Administraciones Zonales.

Se puede concluir que la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana se encarga de organizar y desarrollar todo el proceso de participación ciudadana, convirtiéndose en portavoz de los proyectos y obras que se realizan en los barrios de cada Administración Zonal informando y coordinando con la Administración General del Municipio de Quito, además que cumple con varias políticas que buscan principalmente fortalecer la organización social e incentivar la participación e intervención de los actores sociales en temas de interés público.

3.3 SISTEMA DE PARTICIPACIÓN EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

La autora Karina Gallegos (2002, p. 9) explica que a partir del año 2000 durante la alcaldía de Paco Moncayo y con la aprobación de la ordenanza 046 se impulsó el Sistema de Gestión Participativa en el DMQ. Sistema que busca organizar y promover la participación de los ciudadanos en Quito, para que se conviertan en sujetos empoderados del proceso ciudadano y que participen activamente en las decisiones públicas, designen presupuestos y discutan sobre las formas de Gobierno Local, aumentando la equidad social, territorial, ambiental, etc.

La autora mencionada, propone que el ciclo del Sistema de Gestión Participativa en el DMQ cumple seis fases, que son:

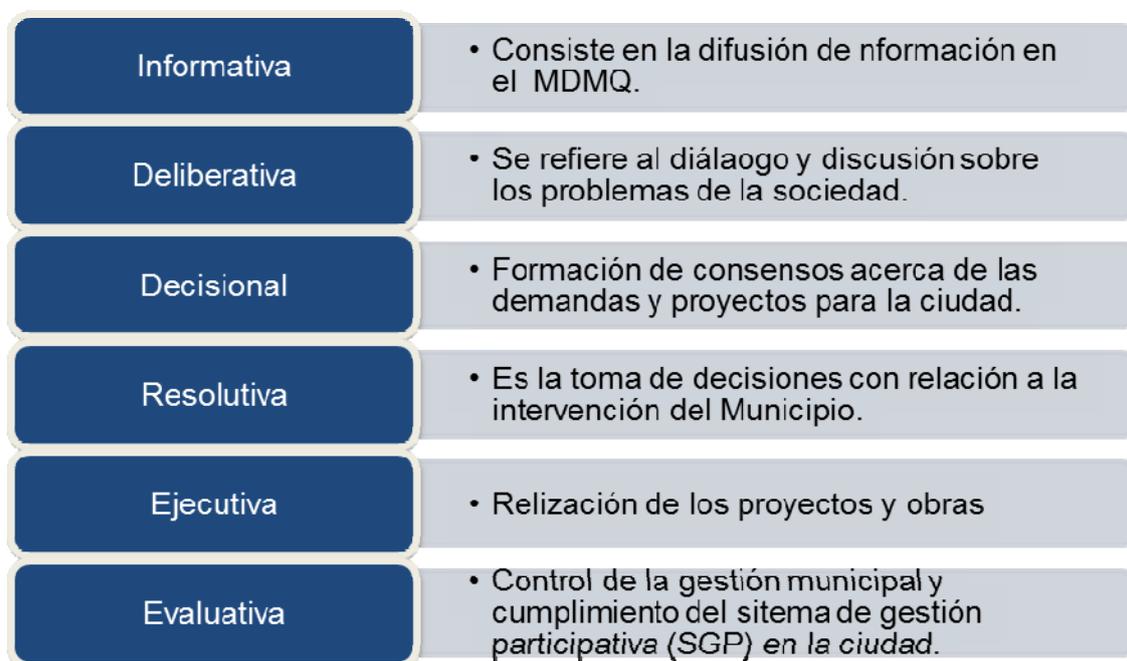


Figura 10. Ciclo del Sistema de Gestión Participativa en el DMQ

Tomado de: Gallegos 2002, p. 9.

Interpretando la figura anterior, Karina Gallegos expone seis pasos que son parte del ciclo del sistema de Gestión Participativa en el DMQ, el ciclo inicia desde la etapa informativa hasta el proceso de evaluación, después de la decisión y proceso de participación que cumplen los ciudadanos.

3.3.1 Gestión Participativa

La Gestión Participativa hace referencia a la promoción de mecanismos y espacios de participación ciudadana que permiten el involucramiento activo de los quiteños y quiteñas en la vida y cotidianidad de la ciudad. Mejillones Susana (2006, p. 17).

A través del sistema de formación ciudadana se fortalecen las capacidades de los habitantes de Quito en temas relacionados con la seguridad, la regularización de barrios, la normativa municipal, la educación, la salud, la

movilidad y el transporte, para que exista corresponsabilidad en la solución de los distintos problemas de la ciudad.

3.4 PROCESO DE PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS

Para Cabannes (2004, p. 11) el Presupuesto Participativo es un proceso de democracia directa y voluntaria, en el que el pueblo discute y decide sobre el presupuesto público. Los ciudadanos deciden las prioridades de gastos y controlan la gestión del Gobierno, convirtiéndose en promotores de la gestión pública.

3.4.1 Antecedentes

Algunos países de América Latina, incluido el Ecuador, dejaron a un lado regímenes dictadores para iniciar procesos democráticos, que para Marabú Sumar (1998, p. 136) son mecanismos que amplían la capacidad ciudadana de incidir en asuntos públicos, que aumentan la participación y el control ciudadano sobre el Gobierno.

Es así, que uno de los primeros ejemplos de ejercicios democráticos son los Presupuestos Participativos, que aparecieron en Porto Alegre en 1989 y para Ramírez y Welp (2011, p. 14) los partidos y movimientos de izquierda son protagonistas e impulsores de estas iniciativas democráticas. Dicho mecanismo de participación en algunos de los casos tuvo un proceso anterior de constitucionalización en varios países de la región como: Brasil 1988, Colombia 1991, Perú 1993, Venezuela 1999, Costa Rica 2003, Ecuador 2008 y Bolivia 2009.

Schneider y Welp (2011, p. 9) concluyen que los gobiernos locales latinoamericanos han recuperado actores políticos, cambiando el tipo de autoridad que únicamente ejecuta políticas ordenadas desde mandos superiores, convirtiéndolos en constructores de esas políticas a partir de la participación ciudadana.

En base a lo expuesto anteriormente por los autores, se concluye que los Presupuestos Participativos son una práctica democrática que involucra la activa intervención y control de los ciudadanos sobre los asuntos y recursos públicos, que surgieron aparentemente de los movimientos de izquierda y en Latinoamérica han revolucionado la manera en que se ejecutan las políticas públicas, convirtiendo a los ciudadanos en los propios actores y constructores de dichas políticas.

3.4.2 Definición

Presupuesto Participativo (PP) es el proceso mediante el cual, las ciudadanas y los ciudadanos, de forma individual o por medio de organizaciones sociales, contribuyen voluntariamente a la toma de decisiones, respecto de los presupuestos estatales, en reuniones con las autoridades electas y designadas. (Ley Orgánica del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, Art. 67).

En base a lo mencionado con anterioridad, se puede decir que los Presupuestos Participativos son un proceso en el que los ciudadanos y ciudadanas contribuyen en la toma de decisiones, con todo lo referente a la distribución y uso de los presupuestos públicos, priorizando gastos y necesidades de los distintos barrios.

3.4.3 ¿Para qué sirven los Presupuestos Participativos?

Santos, (2004, p. 25) aporta que los Presupuestos Participativos, sirven para:

- **Democratizar la gestión pública:** Es decir, que un mayor número de habitantes participe y decide sobre el destino de los recursos municipales.
- **Disminuir las desigualdades sociales:** Hace referencia a los recursos que se destinan en función de prioridades y benefician a los pobladores y zonas geográficas históricamente postergadas.

- **Transparentar el uso de los recursos presupuestarios municipales:** Cuando los ciudadanos conocen el monto del presupuesto municipal, deciden a dónde se destinan sus recursos y tienen la posibilidad de controlar su buen uso.
- **Fomentar una cultura de participación ciudadana y de derecho:** Los Presupuestos Participativos impulsan la organización de los ciudadanos, fomentando la solidaridad, respeto y responsabilidad.
- **Mejorar la eficiencia y eficacia de los servicios y la gestión municipal:** Se garantiza la ejecución efectiva de los proyectos identificados por la comunidad, de manera efectiva.
- **Favorece la desaparición de las prácticas de clientelismo:** En los Presupuestos Participativos, la promesa de “obra por voto” desaparece, pues los ciudadanos en las asambleas y reuniones, son quienes discuten y deciden como se distribuirá el presupuesto que se le ha asignado al Municipio.
- **Estimula la solidaridad y equidad entre los pobladores:** Los ciudadanos se vuelven conscientes de los problemas de los demás y trabajan en equipo, para lograr un objetivo común.
- **Permite que la población se encuentre mejor informada sobre el presupuesto municipal:** La población conoce el monto y proveniencia de los ingresos, también de la cantidad y destino de los egresos. Así mismo, se realiza un seguimiento y se rinden cuentas sobre la ejecución de las obras y proyectos de los PP del anterior año.
- **Fomenta la conciencia de corresponsabilidad:** Los PP permiten generar un espacio para que los ciudadanos aumenten su sentido de corresponsabilidad y participación en la realización de los distintos

proyectos y obras. La población colabora de distintas maneras, a través de mingas y en otros casos con la entrega de materiales y dinero.

- **Dinamiza e institucionaliza la implementación de los planes de desarrollo:** Es decir, que anualmente se destinan fondos a distintos proyectos, favoreciendo su implementación, según la priorización de la obra, así los planes de desarrollo no se quedan estancados por falta de financiamiento.
- **Otorgar más poder para grupos tradicionalmente excluidos:** Los PP ayudan a nivelar el poder sobre el presupuesto y los grupos tradicionalmente excluidos, también pueden decidir a dónde se encaminan los recursos.
- **Permite la inclusión del espacio rural:** La distribución del PP se rige por un principio de distribución equitativa, es decir que los sectores que presentan más carencias se benefician más que los sectores que siempre son beneficiados. Incrementando así, la inversión del presupuesto municipal en el sector rural. (Santos, 2004, p. 25).

El autor expone varios beneficios de los Presupuestos Participativos para el bien de la ciudadanía en general como: disminuir las desigualdades sociales, inclusión de los sectores más necesitados, aumento de la solidaridad y corresponsabilidad entre los ciudadanos; además, que permiten mantener informada a la sociedad con relación al uso y procedencia de los recursos municipales, además que aumenta la implementación de planes para el desarrollo.

3.4.4 Principios de los Presupuestos Participativos

El mencionado autor, Santos (2004, p. 27) propone los siguientes principios de Presupuestos Participativos

- **Participación universal:** Es decir, la participación libre y voluntaria de la población en el proceso de Presupuestos Participativos.
- **Participación en las decisiones, ejecución y fiscalización:** Los ciudadanos deciden las obras que se priorizarán para destinar los fondos, además que participan en la toma de decisiones, supervisan y controlan la ejecución de todo el proceso.
- **Transparencia de la gestión pública:** Los ciudadanos deben recibir y analizar la información relacionada de la gestión y manejo de los recursos municipales.
- **Solidaridad:** Se refiere a ceder los recursos, para favorecer a los más necesitados.
- **Objetividad:** Se deben usar criterios objetivos para la asignación de recursos, establecer las reglas claras, para garantizar la credibilidad del proceso.
- **Flexibilidad:** La metodología del proceso es flexible, para que cada año mejore y se adapte a las necesidades.
- **Enfoque de inclusión y de género:** Se incentiva a la participación equitativa de hombres, mujeres, niños y adultos, discapacitados, indígenas, negros, mulatos, ancianos, mestizos, etc. sin discriminar etnia, estrato social, género; pues todos los ciudadanos tienen el mismo derecho de participar.
- **Enfoque intercultural:** Es un espacio de comunicación y entendimiento entre personas y grupos sociales de diferentes culturas, en condiciones de igualdad y respeto mutuo.

El autor Santos, propone que el proceso de Presupuestos Participativos, se basa en algunos principios que pueden resumirse en: transparencia del proceso, participación voluntaria, enfoque objetivo, perspectiva intercultural y de género y solidaridad; principios que deben cumplirse para desempeñar el proceso exitosamente, generando una verdadera democracia y por ende el cumplimiento del derecho de participación en la ciudadanía.

3.4.5 Ventajas y Dificultades de la implementación de los Presupuestos Participativos

Santos (2004, p. 29) expone las siguientes ventajas y desventajas de la implementación de los Presupuestos Participativos:

Ventajas

- El Presupuesto Participativo es un proceso de democracia directa y voluntaria, en la que los ciudadanos discuten y deciden la priorización de obras en base al presupuesto destinado por la municipalidad para cada sector, o Administración Zonal.
- Impulsa dinámicas asociativas y promueve la congregación ciudadana, aportando a la democratización del Estado.
- Contribuye fortaleciendo la participación y unión ciudadana, así como efectúa el control social de la actividad económica de la municipalidad y elimina las prácticas clientelares, palanqueo, amiguismo y la corrupción.
- Los ciudadanos ven más allá de las necesidades de sus barrios y de sus necesidades propias, más bien piensan en las necesidades de su parroquia y ciudad.

Dificultades

- La baja capacidad del aparato administrativo en la implementación de los PP.
- Los funcionarios municipales demuestran poca voluntad para participar en el proceso.
- Siempre hay presentes líderes con hábitos clientelares y poca visión estratégica.
- Existe desconfianza en los inicios del proceso.
- Al dividirse el presupuesto para cada comunidad, no se pueden realizar proyectos grandes.
- Se sobrestima el presupuesto.
- A la población urbana, no le interesa participar.

Se puede concluir por lo mencionado anteriormente, que la implementación del Presupuesto Participativo, cuenta con varias ventajas y dificultades; como por ejemplo: aumenta la participación de la ciudadanía y aporta un alto nivel de democracia, pero por otra parte existe desconfianza en el proceso y las autoridades y ciertos sectores de la población no tienen voluntad para implementar dicho proceso.

3.5 PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN ECUADOR

A partir del siglo XXI durante el segundo lustro, los Presupuestos Participativos pasaron a ser un derecho constitucional. De acuerdo a Morales Juan Pablo

(2008, p. 16), en Ecuador constituciones previas a la actual ya habían contemplado el mecanismo de democracia directa.

Como antecedente, en la constitución de 1978 se consagró la Consulta Popular. Para el 2008, bajo el mandato de Rafael Correa, se convocó a un nuevo ejercicio constitucional que fue aceptado popularmente, en esta carta se añadió la participación de la ciudadanía en discusiones presupuestarias, el carácter público de las sesiones legislativas, se confirmó la iniciativa y la consulta popular; además, se añadió la figura de Participación Ciudadana y Control Social, en donde representantes de la opinión pública tendrían participación en la actividad gubernamental.

Como aporte, la autora Saya Saulière (2009, p. 20) menciona que en respuesta a la deficiencia y crisis en el proceso de participación y al constante quebrantamiento de los derechos, a mediados de la década de los noventa surgió un sistema dinámico auspiciado por el movimiento indígena y por varias organizaciones de procedencia comunal, cantonal, provincial y regional, así como por organizaciones sociales barriales, grupos de mujeres, jóvenes, campesinos, etc., mismos que recibían el apoyo de organizaciones no gubernamentales (ONG), agencias de cooperación internacional, organismos públicos autónomos, ciertos partidos políticos y autoridades locales. Organizaciones de la sociedad civil que promovieron maneras innovadoras para el cumplimiento de los derechos democráticos.

Además, la Comisión Cívica de Control de la Corrupción (CCCC) sostuvo que en el año 2005, el 27% del presupuesto nacional se perdió por actos de corrupción. (Saulière, 2009, p. 20). En ese contexto de desconfianza e inseguridad, surgen las primeras prácticas de participación ciudadana en Ecuador, mencionado anteriormente a partir del año 2008.

Los autores concuerdan que la aparición del proceso de los Presupuestos Participativos en Ecuador, surge a partir de la constitución del 2008, misma que

da mucho realce e importancia a la participación ciudadana en los distintos aspectos, a pesar de que constituciones anteriores tocaron el tema de democracia directa, nunca antes se había dado apertura para que los ciudadanos participen de las discusiones presupuestarias del Gobierno.

3.5.1 Principios formadores del Presupuesto Participativo en el Ecuador

Según el portal de UN-HABITAT (2009), los Presupuestos Participativos en el Ecuador se rigen por los siguientes principios:



Figura 11. Principios del Presupuesto Participativo
Tomado de: UN-HABITAT (2009).

La figura expone que los Presupuestos Participativos se basan en nueve principios, que caracterizan los distintos aspectos de la participación ciudadana., como lo son: tolerancia, equidad, transparencia, respeto a los acuerdos, etc., principios que se deben cumplir a cabalidad para la correcta aplicación del proceso de Presupuestos Participativos

3.5.2 Fundamento Legal de los Presupuestos Participativos

Dentro del marco legal, los Presupuestos Participativos se rigen bajo algunos artículos y bases legales como:

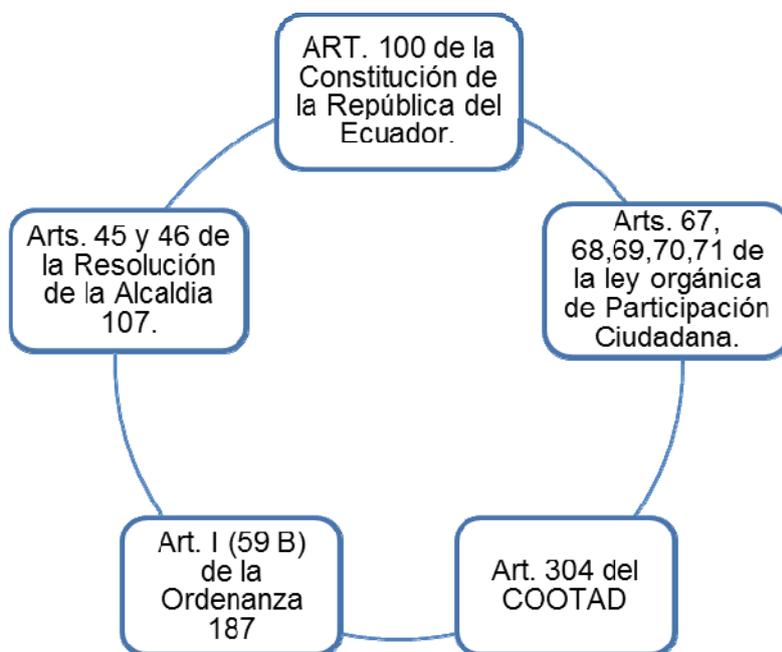


Figura 12. Bases legales de los PP

Tomado de: Secretaria de Coordinación Territorial y Participación.

Según lo dispone la Constitución Política del Ecuador (2008, Artículo 100), la Ley Orgánica de Planificación, el COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial y Descentralización, Artículo 304): en todos los niveles de Gobiernos, se conformarán instancias de participación ciudadana, integradas por autoridades electas, representantes del régimen dependiente y representantes de la sociedad. La participación en estas instancias se ejerce entre otras actividades, para elaborar Presupuestos Participativos de los gobiernos.

Se concluye que los Presupuestos Participativos se encuentran contemplados en varios marcos legales como lo son la Constitución del Ecuador, Ordenanza Municipal del DMQ, Código Orgánico de Organización Territorial, etc. Demostrando así la constitucionalidad del proceso participativo sobre los presupuestos Municipales.

3.6 FUNCIONAMIENTO Y PROCESO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Los Presupuestos Participativos estarán abiertos las organizaciones sociales y ciudadanía que deseen participar; suponen un debate público sobre el uso de los recursos del Estado; otorgan poder de decisión a las organizaciones y a la ciudadanía para definir la orientación de las inversiones públicas hacia el logro de la justicia redistributiva en las asignaciones. (Ley Orgánica de Participación Ciudadana, Art. 68).

3.6.1 Requerimientos para implantar el proceso de Presupuesto Participativo en un Municipio

Todo ciudadano residente en el Distrito Metropolitano de Quito tiene el derecho a participar en el proceso de formulación, planeamiento, ejecución, seguimiento y control de planes, programas, proyectos orientados a satisfacer sus necesidades y aspiraciones, así como en la evaluación y recepción de la rendición de cuentas del MDMQ. (Ordenanza Metropolitana No. 187, art. I 50).

Según el trabajo de Investigación de la Campaña Mundial de Gobernanza Urbana sobre: “¿Qué es y cómo se hace el Presupuesto Participativo?” (2004), existen seis requerimientos para implantar el proceso de PP en un Municipio. Se describen los siguientes:

- a) Voluntad Política de las autoridades municipales, para llevar a cabo y manejar el proceso, principalmente voluntad del alcalde.
- b) Interés y presencia de las organizaciones públicas y de la ciudadanía en general.

c) Reglas del juego claras y establecidas antes de implementar el proceso, es decir:

- Tiempo
- Cantidad
- Toma de decisiones
- Forma de distribución del PP entre barrios y las zonas administrativas
- Formación del consejo y Asambleas de PP

d) Capacitar a la población sobre el monto que se asigna al Municipio y sobre los criterios de distribución, el origen de los recursos y los criterios del gasto.

e) Dar información a la población, acerca de las fechas y lugares de reunión, sobre el reglamento y cronograma del proceso para todo el año.

f) Priorización de las demandas que tienen los ciudadanos, principalmente de servicios públicos.

3.6.2 Estructura Orgánica Funcional del proceso de Presupuestos Participativos en la ciudad de Quito

La alcaldía del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito es la entidad que encabeza el proceso de Presupuestos Participativos, delegando esta función a la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, entidad que regula, controla y direcciona el proceso en cada una de las Ocho Administraciones Zonales.

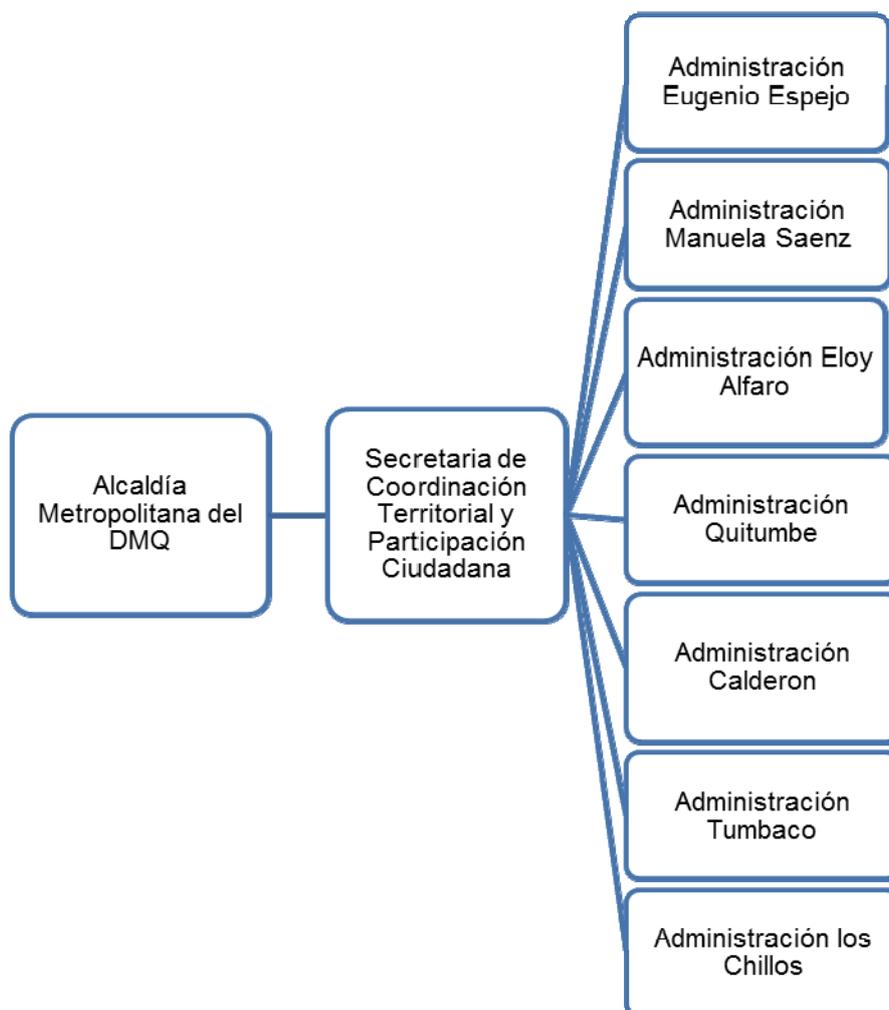


Figura 13. Estructura Orgánica Funcional del proceso de Presupuestos Participativos en la ciudad de Quito

Tomado de: Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana (2012, p. 23).

3.6.3 Criterios de Distribución Presupuestal y Priorización de Obras en el DMQ

Son tres los principales criterios que se toman en cuenta, para la distribución del presupuesto en el Distrito Metropolitano de Quito, cada uno cuenta con su respectiva ponderación. Estos criterios, según la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana (2012, p. 23), combinan el número de habitantes (población), con el porcentaje de hogares en situación de pobreza (necesidades básicas insatisfechas) y con la densidad poblacional con el objetivo de que la distribución del presupuesto a priorizarse, sea equitativa. En la siguiente tabla se detallan los criterios de dicha distribución:

Tabla 2. Criterios de distribución presupuestal y priorización de obras

1. CRITERIO: Población (criterio de Igualdad)		
Definición	Indicador	Peso
El número de habitantes incide en la distribución del presupuesto. A mayor número de habitantes, se destinan más recursos.	Número de Habitantes	40%
2. CRITERIO: Pobreza (criterio de Equidad)		
Definición	Indicador	Peso
La gestión pública debe reconocer la diversidad de las condiciones de vida de la población del DMQ en cuanto a satisfacción de necesidades básicas, así se asignan mayores recursos en aquellos territorios con mayores carencias en términos de necesidades básicas e ir disminuyendo las brechas.	% de hogares con necesidades básicas insatisfechas (NBI)	40%
3. CRITERIO: Densidad Demográfica (criterio de Gestión)		
Definición	Indicador	Peso
La dispersión geográfica incide en los costos de la gestión pública. Pues zonas alejadas y con baja densidad en general son más costosas. Además de reconocer las diferencias de campo ciudad.	Densidad Poblacional	20%

Tomado de: Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana (2012, p. 23)

3.6.4 Programas del proceso de Presupuestos Participativos en la ciudad de Quito

La Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana (2012, p. 20), indica que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, ha establecido dos tipos de programas para el proceso de Presupuestos Participativos que son:

- **Movilidad Inteligente:** Programa que cubre todas las obras relacionadas con las vías locales y de interconexión barrial.

- **Mejorando tu ciudad:** Programa que cubre las necesidades de obras como lo son: parques, plazas, graderíos, baterías sanitarias, viseras, canchas, juegos, cerramientos, reparación de infraestructura comunitaria, etc.

En la siguiente figura se detallan los montos que se asignan a cada programa y la mayoría de gastos que cubren.

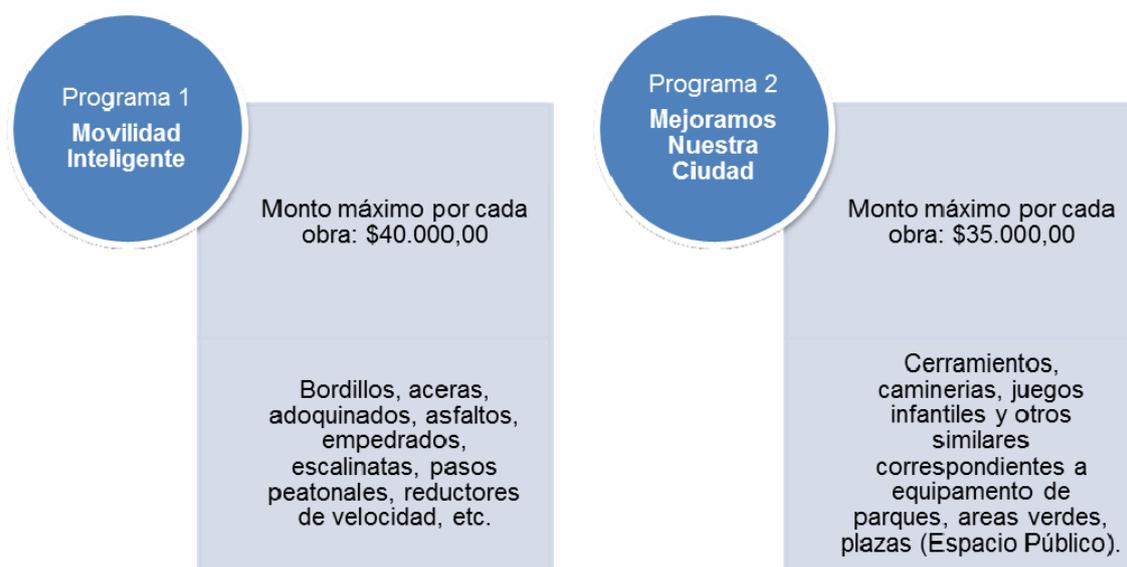


Figura 14. Programas de PP en el DMQ

Tomado de: Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana 2012, p. 23

3.6.5 Porcentaje de Presupuesto Participativo asignado en el Distrito Metropolitano de Quito

Según el art. 1 de la Ordenanza Metropolitana No. 187 del Sistema de Gestión Participativa, se establece que el presupuesto de inversión para Presupuestos Participativos, no debe ser menor al 40% del total del presupuesto asignado al Municipio. Para el año 2012, el Municipio obtuvo \$670.000,00 de los cuales se destino \$270.000,00 al proceso de Presupuesto Participativo. Es importante tomar en cuenta que por lo general las obras que se establecen por cada administración superan los límites del PP, por lo cual la zona debe elaborar un plan 50-50, en el cual el 50% de la inversión que se necesite para la obra lo

pone la Administración Zonal y el otro 50% el barrio y parroquia, dependiendo el alcance de la obra. Además, se establece que:

Las Administraciones Zonales designan un porcentaje de la inversión, para que se discuta, se decida y se ejecute, según las prioridades que la comunidad tiene y/o en base a los acuerdos que se realicen entre la organización zonal y la ciudadanía. Dicho porcentaje, no puede ser menor al 40 % del total de la inversión de cada Administración Zonal (Ordenanza Metropolitana No. 187, Artículo I, 598).

Según lo mencionado en los artículos, sobre la distribución del presupuesto en el Municipio de Quito, se concluye que el porcentaje de presupuesto que se destina a ser discutido y ejecutado por la ciudadanía, no debe ser menor al 40 % del total del presupuesto del Municipio y de cada Administración Zonal, además que dependiendo de la demanda y costo de la obra a realizarse, no siempre se puede cubrir con el presupuesto asignado, por lo que también se genera un aporte económico y de recursos por parte de los habitantes de la parroquia beneficiada.

3.6.6 Proceso de Presupuestación participativa en el DMQ 2013

Gustavo Andrade de la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana (2012, p. 11) señala que para realizar el proceso de presupuestación participativa para el 2013, se diseñaron cinco fases, que se detallan a continuación, con su respectivo cronograma:

Tabla 3. Fases del Proceso de Presupuesto Participativo en el DMQ, 2013

Fases	Detalle	Cronograma
1. Estructuración de la demanda	1.1. Recepción de demandas ciudadanas a través de: <ul style="list-style-type: none"> • Espacios de participación (Asambleas, audiencias, cabildos, entrevistas), estas deben contar con el soporte de actas o memorias correspondientes y/ o • De forma escrita (petitorios, oficios o comunicaciones varias), en cuyo caso debe constar el acuerdo en asamblea de la organización solicitante, podrá constar también documentos que abalicen la representación jurídica o de hecho de la organización solicitante. 1.2. Consolidación de una base de datos general de las demandas presentadas por la ciudadanía y canalización a las instancias gubernamentales correspondientes si no corresponden a los programas definidos para presupuesto participativo.	Septiembre – octubre 2012
2. Análisis de Factibilidad Técnico- Económica – Jurídica de las demandas presentadas por la ciudadanía	2.1. Verificación de las factibilidades técnicas, económicas y legales de las demandas ciudadanas presentadas y preparación de la matriz de validación	Octubre 2012
3. Priorización de las obras que se realizarán a través de presupuesto participativo	3.1. Antes de las Asambleas de Priorización: <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1. <u>Preparación de Kits de materiales pedagógicos e informativos para las APPs:</u> (Guía de facilitación; Guía de participantes, video sobre el plan metropolitano de desarrollo). 3.1.2. <u>Preparación logística</u> (equipos informáticos, sonido, comunicacional, locales, escenografías, etc) 3.1.3. <u>Convocatoria y promoción de las Asambleas de PPs. por parroquias</u> a través de: reuniones de trabajo, convocatorias formales a dirigentes y representantes; reuniones de concertación con actores claves como Juntas Parroquiales, Consejo Provincial a nivel zonal y parroquial. 3.2. Realización de (32) asambleas de presupuesto participativo realizadas en las parroquias urbanas y (33) asambleas de presupuesto participativo en las parroquias rurales. <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1. Designación a nivel parroquial de Comités encargados del seguimiento de los compromisos asumidos en las APPs. Adicionalmente estos comités asumirán responsabilidades de representación en los espacios participativos. 3.2.2. Actas de priorización de obras definidas. 3.2.3. Acuerdos de corresponsabilidad entre la ciudadanía y las Administraciones Zonales con el objeto de “Hacer el Quito que Queremos”. 	Noviembre – Diciembre 2012
4. Contratación de las obras priorizadas en el proceso de presupuesto participativo	4.1. Conformación del Comité Técnico 4.2. Realización de los estudios técnicos para la ejecución de la obra. 4.3. Empaquetamiento de obras. 4.4. Construcción de pliegos. 4.5. Subir al portal de compras públicas los pliegos. 4.6. Continuar con el proceso de contratación a través del portal de compras públicas	Enero – Febrero – Marzo 2013
5. Ejecución de las obras, fiscalización y control social	5.1. Ejecución de las obras contratadas. 5.2. Fiscalización de las obras que se están ejecutando. 5.3. Control social de las obras que se están ejecutando. 5.4. Cumplimiento de los acuerdos de corresponsabilidad entre la ciudadanía y las Administraciones Zonales.	Agosto – Septiembre 2013

Tomado de: Andrade, 2012, p. 11

Según la tabla planteada por Gustavo Andrade de la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, se establecieron cinco fases para el proceso de Presupuestos Participativos para el año 2013. Las fases inician con la elaboración de la demanda, un año antes de la ejecución del proceso; continúan con el análisis y factibilidad de la demanda, siguen con la priorización de las obras que se realizarán, luego con la contratación de las obras y finalmente con la respectiva ejecución. Cada fase cumple varios requisitos y tiene un cronograma establecido previamente.

3.6.7 Presupuesto para el Proceso de Presupuestos Participativos en el DMQ 2013

Sabitini y Brain (2008, p. 68) exponen que la distribución del presupuesto público, sobre un espacio determinado se convierte en una de las maneras de gestión y planificación de la ciudad.

Sobre ese contexto, en el Municipio de Quito para el 2013 el presupuesto que se designa a cada una de las Administraciones Zonales para cumplir con el proceso de Presupuestos Participativos, es el siguiente:

Tabla 4. Presupuestos Asignados

Zona Administrativa	Presupuesto Total \$	Presupuesto Participativo \$
Eugenio Espejo	4.530.181	1.556.637
Eloy Alfaro	3.477.180	1.524.030
Manuela Sáenz	1.302.836	801.541
Los Chillos	1.959.375	1.205.462
Tumbaco	2.147.043	1.320.921
La Delicia	2.540.133	1.562.760
Quitumbe	2.626.844	1.616.107
Calderón	2.032.184	1.250.256

Tomado de: Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, 2012.

Los montos de presupuestos antes detallados, se distribuyen a las parroquias de acuerdo a los siguientes criterios:

- 1) Densidad Poblacional (20%)
- 2) Necesidades Básicas Insatisfechas (30%)
- 3) Población (20%)
- 4) Inversión de manera directa realizada por las Administraciones Zonales en las parroquias en los últimos tres años (30%)

El presupuesto en cada Administración Zonal se divide de manera flexible entre las necesidades de movilidad y espacio público de acuerdo al estudio de los requerimientos que hay en cada una de las parroquias, de las Administraciones Zonales.

En el proceso establecido por la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, los límites máximos de intervención son de 40.000 usd para las intervenciones de movilidad y 35.000 usd para las intervenciones en espacio público. Sin embargo, el monto presupuestario puede subir si se logra acuerdos parroquiales de alto impacto.

En caso excepcional y debidamente justificado el presupuesto participativo se puede invertir en la ejecución de obras que fomentan centralidades de nivel parroquial y zonal, que no tengan relación con obras de vialidad y espacio público.

Según los datos de presupuesto expuestos por Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, es visible que la distribución del presupuesto municipal hacia las distintas administraciones zonales se realiza bajo algunos criterios como lo son: población, necesidades básicas insatisfechas, etc. Además, ese monto se debe dividir entre las necesidades de movilidad y espacio público, que son los dos programas que actualmente se manejan para cumplir el proceso en el DMDQ.

3.7 ASAMBLEAS DE LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN EL DMQ

Las Asambleas de Presupuesto Participativo, han iniciado un proceso de acercamiento a la ciudadanía, con énfasis en los recursos públicos, con el fin de atender y satisfacer demandas puntuales de la comunidad y transparentar los procesos de las Administraciones zonales (Barrera, 2002, p. 9).

Además, las Asambleas de Presupuesto Participativo se entienden como una herramienta de gestión participativa de los recursos públicos, que permiten a los ciudadanos decidir en la distribución de un porcentaje del presupuesto municipal asignado a las parroquias rurales y urbanas del DMQ.

3.7.1 Origen de las Asambleas de Presupuesto Participativo en el DMDQ

A partir del 2009 en el Distrito Metropolitano de Quito se impulsa las “Asambleas de Presupuestos Participativos” considerándose un proceso que va de la mano con el fortalecimiento de centralidades que permiten la organización del territorio en donde los espacios y lugares del Distrito son punto de encuentro de varios aspectos como: de relaciones, de responsabilidades institucionales y ciudadanas, de diálogos interculturales, de recuperación del espacio público y de convivencia solidaria entre los habitantes. (Sepúlveda, 2012, p.2).

3.7.2 Preparación y Directrices de las Asambleas de Presupuesto Participativos

Según Adriana Sepúlveda (2012, p.2), la preparación de las Asambleas, es un paso fundamental dentro del proceso de Presupuestos Participativos, pues se organiza toda la información para procesarla, unificarla y presentarla de manera equivalente a toda la ciudadanía, además se organizan las convocatorias a los participantes, la entrega de material y herramientas que se usa en la logística de las Asambleas.

Por otro lado entre las directrices de las Asambleas de Presupuesto Participativo, propuestas por la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación en la Sistematización del proceso 2010-2011, se establecen las siguientes:

- Cualquier proyecto debe ejecutarse con lógica territorial, es decir, se deben satisfacer las distintas necesidades de las parroquias urbanas y rurales, por lo que cualquier intervención se la realizará con las instancias rectoras del DMQ.
- Los proyectos deben ser integrales, tomando como unidad de planificación a la parroquia.
- Es necesario fomentar la participación y organización social, a través del debate sobre varios temas de la ciudad, la formación de la ciudadanía no únicamente a través de escuelas de formación, sino además, mediante campañas masivas y distribución de material.

En base a lo expuesto por los autores, se concluye que la formación de las Asambleas de Presupuesto Participativo es un paso indispensable para cumplir exitosamente el proceso, pues se destina toda la información a la ciudadanía, además reciben el material que se usará en las Asambleas y sobretodo se fomenta el derecho de participación ciudadana y se consolida una verdadera democracia participativa, siendo una de las principales directrices es fomentar la participación, por medio de la comunicación entre los ciudadanos, como el debate público, campañas masivas, etc.

3.7.3 ¿Cómo funcionan las Asambleas de los Presupuestos Participativos?

En las Asambleas de Presupuestos Participativos (APP) los ciudadanos priorizan las obras, los proyectos, los servicios o los programas que se

ejecutarán, con el presupuesto otorgado por parte del Municipio a cada Administración Zonal durante todo el año, el cual es evaluado de acuerdo a los ingresos del MDMQ cada Julio de todos los años. Además de organizar las APP, también se realiza seguimiento sobre los avances del Municipio, con relación a las decisiones tomadas en la Asamblea. Es así, que el MDMQ tiene un proceso que consta de cuatro pasos, que ayudan a escoger las obras que se aprobarán de acuerdo a las necesidades de cada barrio, parroquia y por ende de cada administración. El proceso es el siguiente:

- a) Se reúne la ciudadanía en las Asambleas parroquiales.
- b) Se identifica las demandas que tiene cada administración.
- c) El Municipio califica la demanda y evalúa que tan viable es la obra en el aspecto técnico, financiero y jurídico.
- d) Se aprueban las demandas más importantes, para la administración y se envía una lista depurada de las obras por realizar.

3.7.4 ¿Cómo formar parte de una Asamblea de PP?

Según directrices de la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, para participar en una Asamblea, se debe conformar primero la asamblea barrial en donde se seleccionan las obras a discutirse en dicha congregación y se elije a cuatro representantes (joven, mujer, anciano, representante barrial) que asistirán a la Asamblea Parroquial. Después, se realiza la convocatoria a los representantes barriales para que formen parte y participen en la Asamblea de Presupuestos Participativos.

Los pasos a seguir para formar parte de una Asamblea de Presupuesto Participativo, son los siguientes:

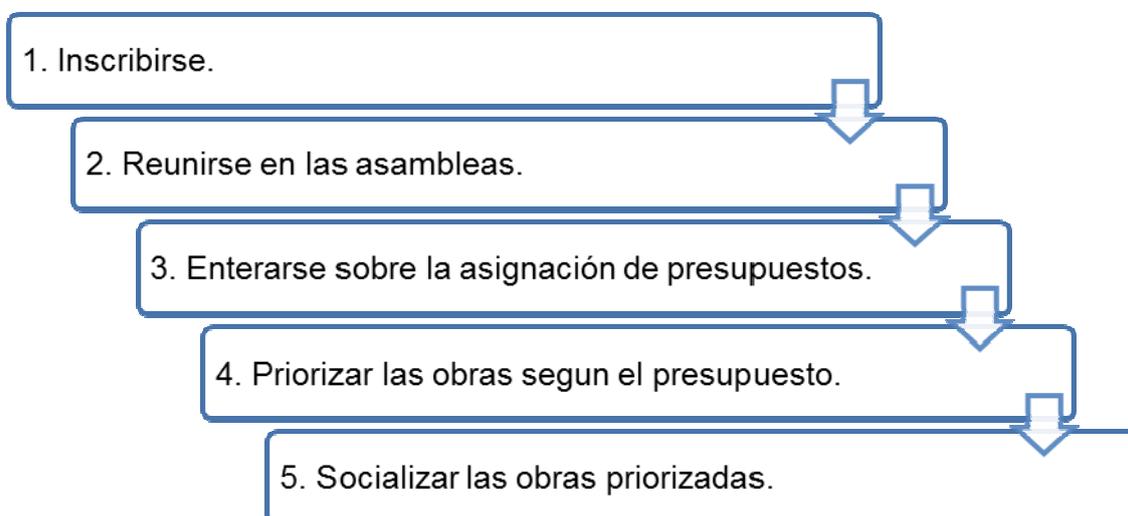


Figura 15. Pasos para formar parte de una Asamblea de Presupuesto Participativo
Tomado de: Municipio DMQ, 2012

En base a lo mencionado anteriormente sobre la conformación de las Asambleas de Presupuestos Participativos, se ultima que los ciudadanos deben cumplir un proceso que consiste en formar parte de una Asamblea Barrial y luego con la demanda establecida, ser parte de la Asamblea parroquial de Presupuestos Participativos. Además quienes son parte de las Asambleas deben desempeñar cinco pasos fundamentales, desde la inscripción en la Asamblea, hasta la socialización de las obras priorizadas.

3.7.5 Desafíos de las Asambleas de Presupuestos Participativos

El principal desafío de las Asambleas de Presupuestos Participativos es generar concordancia y lograr que se complementen las distintas instituciones, para articular y optimizar el apoyo e inversión en los territorios y mejorar la gestión.

Este es un gran desafío a superar, pues la coordinación interinstitucional es clave para impulsar los Presupuestos Participativos, debido a que:

- La unión de esfuerzos y recursos en busca de una misma meta, produce un mayor impacto y cobertura, a menor costo.
- El trabajo conjunto permite mayor reconocimiento y creación de espacios para una mejor comunicación.
- Se facilita un enriquecimiento entre las partes que trabajan conjuntamente y se formulan estrategias de trabajo más efectivas.
- El mutuo apoyo crea redes y vínculos, que permiten mayor acceso a los recursos técnicos y logísticos.

Por otro lado Vallejo (2008, p. 102) considera que otro desafío de las APP es superar ciertos temas que son importantes para el desarrollo de la ciudad y fortalecimiento de una verdadera democracia participativa, estos temas se refieren a: equidad de género, variable ambiental y planificación estratégica.

3.8 RESUMEN DEL PROCESO DE ASAMBLEAS DE PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN EL DMQ

La figura presentada se muestra un resumen del Proceso de los Presupuestos Participativos en el DMDQ, basado en la sistematización y evaluación que se realizó del proceso. Se desglosan las actividades que se realizan con las Administraciones Zonales, la ejecución de obras, las Asambleas y las directivas barriales.

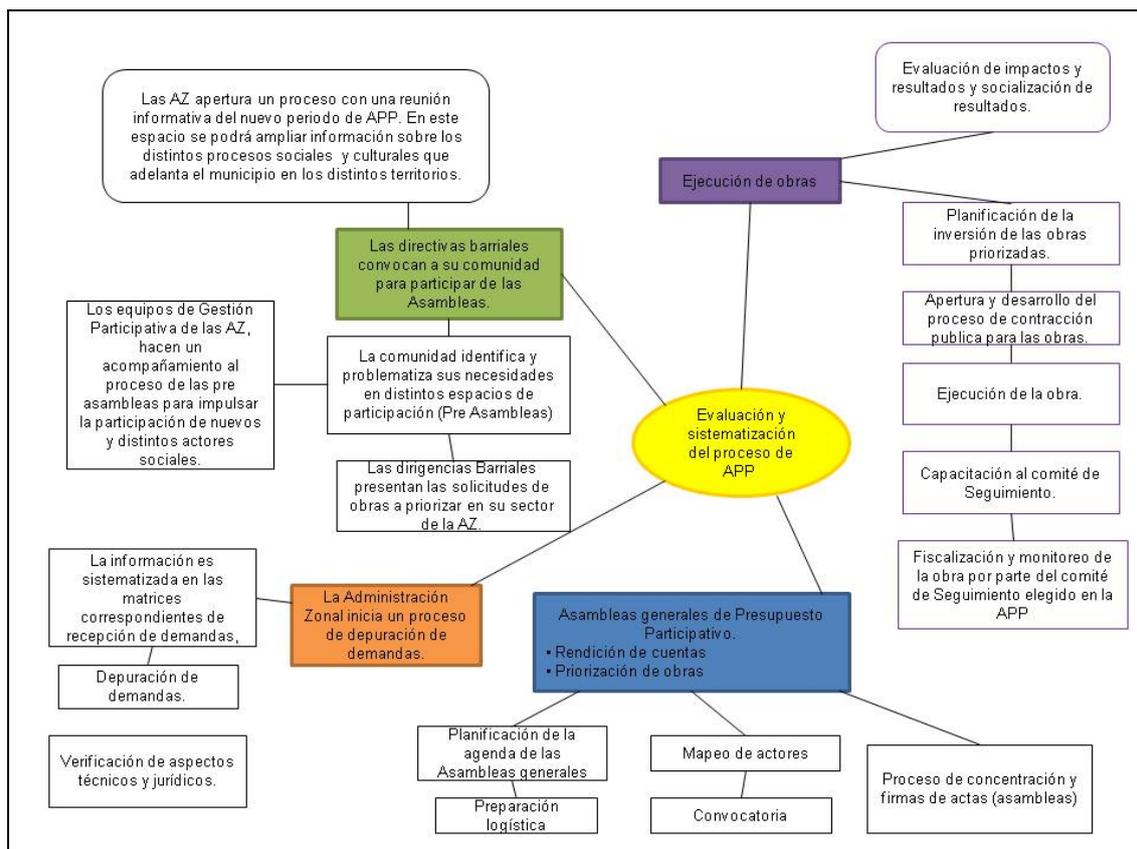


Figura 16. Proceso de Asambleas y de Presupuestos Participativos en el DMQ

Tomado de: Sistematización de PP 2010-2011, DMDQ 2012

En este capítulo; se hablo detalladamente de la organización u empresa es decir del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, su labor, división, etc. organización que necesita la implementación de una campaña de comunicación para difundir su proyecto, que es el Proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas, buscando fomentar una verdadera democracia participativa.

4 CAPÍTULO IV: DIAGNOSTICO DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES QUE IMPLEMENTAN LAS OCHO ADMINISTRACIONES ZONALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PROCESO DE PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS

El siguiente capítulo es un diagnostico real, realizado a través de una investigación exhaustiva de todo lo relacionado con el proceso de Presupuestos Participativos en las Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito, haciendo énfasis en las estrategias comunicacionales. A continuación se detallará la metodología y herramientas de investigación a utilizar.

4.1 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

El principal objetivo de la investigación es conocer la situación actual en el Distrito Metropolitano de Quito, con respecto a la comunicación que se maneja en el proceso de Presupuestos Participativos.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN

- a) Determinar el cumplimiento y desarrollo del proceso de Presupuesto Participativo en cada Administración Zonal.
- b) Conocer los medios, canales y estrategias de comunicación que se utiliza en cada Administración Zonal para difundir el proceso hacia la ciudadanía.
- c) Analizar las estrategias de comunicación que se utilizan y en base a los resultados obtenidos en la investigación, proponer una campaña de comunicación, según sea necesario.

4.3 METODOLOGÍA

El proyecto de investigación se cumplirá en función de la información que proporcione la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, las Administraciones Zonales y la población de la ciudad de Quito.

Se realizará observación participativa, pues habrá una interacción social con los investigados, al observar el desarrollo y el cumplimiento del Proceso de los Presupuestos Participativos en cada Administración Zonal, además de observar el comportamiento de quienes forman parte de las Asambleas de los Presupuestos Participativos. Haciendo énfasis en las acciones comunicacionales que se han efectuado para socializar y cumplir de manera adecuada el proceso de Presupuestos Participativos y la conformación de las Asambleas. Para la observación, se hará uso de un diario de campo en el que se detallará:

- Los datos del observador (lugar, fecha, hora).
- Lo observado (hechos, acontecimientos, situaciones).
- Perfil de quienes serán observados (género, edades)
- Conclusiones
- Comentarios (opiniones, interpretaciones).

Una vez registrada la observación en las distintas administraciones zonales, se procesarán y sistematizarán los datos, obtenidos en las diferentes observaciones.

El diálogo estará presente al realizar entrevistas individuales y colectivas, basadas en cuestionarios pre elaborados con preguntas abiertas, dirigidas a los ciudadanos de Quito que forman parte de las Asambleas y a directivos del Municipio y de las distintas Administraciones Zonales, encargados de coordinar el proceso de los Presupuestos Participativos en la ciudad de Quito.

Además, se contrastará los datos obtenidos con documentación proporcionada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito como libros, publicaciones, ordenanzas, etc.

La investigación tendrá un enfoque mixto, es decir, se combinará lo cuantitativo y cualitativo.

El enfoque cuantitativo se verá reflejado en el uso de una encuesta escrita denominada cuestionario, la misma que contará con preguntas de opción múltiple y se la realizará a la población del Distrito Metropolitano de Quito, para analizar el conocimiento de la población acerca del proceso de Presupuestos Participativos y con el análisis de los resultados, poder plantear las estrategias comunicacionales idóneas, para la socialización del proyecto.

En relación al enfoque cualitativo, se utilizarán las siguientes herramientas:

- Investigación en fuentes primarias, como en los libros y los materiales comunicacionales ya existentes y en fuentes secundarias, como el internet o revistas locales, acerca de los Presupuestos Participativos.
- Entrevistas a líderes barriales, para investigar las necesidades comunicacionales al exponer sus requerimientos a las personas encargadas del tema de Presupuestos Participativos en la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana y en las Administraciones Zonales, con el fin de saber las estrategias de comunicación que utilizan internamente para socializar en proceso de Presupuestos Participativos.
- Testimonios, en base a entrevistas previas, con protagonistas de una comunidad que han sido actores vivenciales del proceso de Presupuestos Participativos y de la conformación de las Asambleas de Participación Ciudadana.

El hecho de incorporar herramientas e instrumentos de carácter cualitativo, tiene como fin contribuir a un entendimiento profundo y compartido de las diversas perspectivas críticas de los actores de este proceso, no solamente combinar los criterios parciales en un criterio general. Y así, promover un aprendizaje colectivo de los problemas comunicacionales y casos analizados en relación a la participación ciudadana en el proceso de Presupuestos Participativos; es decir, se trata de evaluar “los recursos y las capacidades sociales aprendidas, organizadas y coordinadas, adquiridas por el conjunto de los actores sociales para la realización de un proyecto colectivo” (Roth, 2007, p. 140).

Al utilizar un enfoque mixto en la investigación, se obtendrán datos y resultados confiables basados en procedimientos estadísticos, mismos que serán analizados y de los cuales se emitirán conclusiones viables para el cumplimiento del objetivo general.

4.3.1 Alcance

El alcance de la investigación es exploratorio descriptivo, es decir, que tiene el propósito de puntualizar situaciones y eventos, para especificar las características y los perfiles importantes de personas, grupos y comunidades de estudio.

- Exploratorio, ya que se visitará las administraciones zonales y por ende los barrios de la ciudad para conocer el cumplimiento de obras y progreso de las mismas desde que se inició con el proceso de PP en el 2009 y también se estudiará el comportamiento actual de la población y se analizarán las estrategias comunicacionales utilizadas hasta el momento con respecto a la socialización del proceso. Todo se observará en su ambiente natural.

- Descriptivo, porque la relación de los estudios, permitirá sacar conclusiones y recomendaciones que pueden ser transformadas en propuestas a través de una campaña de comunicación ideal.

4.4 ESTIMACIÓN DE PARÁMETROS

4.4.1 Población

La población a quien va dirigida la Campaña para socializar el proceso de Presupuestos Participativos es la ciudadanía quiteña.

Quito es la capital de la República del Ecuador y también de la provincia de Pichincha, esta ciudad se encuentra ubicada en la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del Pichincha, en la parte occidental de los Andes.

El Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) tiene una importancia geopolítica estratégica para el Ecuador. Ocupa una superficie de 4.235,2 km² y alberga al 15,5% de la población nacional.

Es la segunda capital administrativa más alta del mundo, después de La Paz y la capital oficial más elevada del planeta. La ciudad está dividida en 8 administraciones zonales, mismas que se subdividen en 65 parroquias: 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales; asimismo, las parroquias urbanas están divididas en barrios. Según el censo de población realizado por el INEC en el 2010, hay 2, 239,191 habitantes en todo el Distrito Metropolitano de Quito.



Figura 17. Mapa de la ciudad de Quito
Tomado de: maps.google.com.ec, 2012.

Para la correcta aplicación de la encuesta a la ciudadanía, es necesario calcular la muestra del total de la población, aplicando la siguiente fórmula:

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

n= muestra

N= población = 2, 239,191

E= error 4% = 0,0016

n= 626

Total Muestra: 626 habitantes

La muestra que se tomará deberá cumplir con las siguientes características:

- Aleatoria.
- Representativa

Como se mencionó anteriormente el Distrito Metropolitano de Quito está dividido en 8 Administraciones Zonales que serán las unidades de análisis para la investigación cualitativa, son:

- Manuela Sáenz.
- Los Chillos.
- Eloy Alfaro.
- Quitumbe.
- Eugenio Espejo.
- La Delicia.
- Calderón.
- Tumbaco

Tabla 5. División de las Administraciones Zonales

Administración Zonal	Parroquias
Eugenio Espejo	Guayllabamba, Kennedy, San Isidro del Inca, Puéllaro, Atahualpa, San Jose de Minas, Chavezpamba, Perucho, Cochapamba, Zámbriza, Nayón, Belisario Quevedo.
Manuela Sáenz	Centro Historico, La Libertad, La Colmena, San Juan, Itchimbia, Monjas Puengasí.
Eloy Alfaro	Argelia, Chilibulo, Chimbacalle, Ferroviaria, Mena, Lloa, La Magdalena, San Bartolo, Solanda
La Delicia	Condado, Nono, Nanegalito, San Antonio de Pichincha, Calacalí, Pomasqui, Pacto, Gualea, Nanegal, Ponceano, Cotocollao, Carcelén.
Calderón	Llano Chico, Calderón.
Quitumbe	Turubamaba, Guamani, La Ecuatoriana, Chillogallo, Quitumbe.
Tumbaco	Cumbayá, Pifo, Puembo, Checa, Tababela, Yaruqui, Quinche, Tumbaco.
Chillos	Alangasí, Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced, Pintag

Tomado de: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

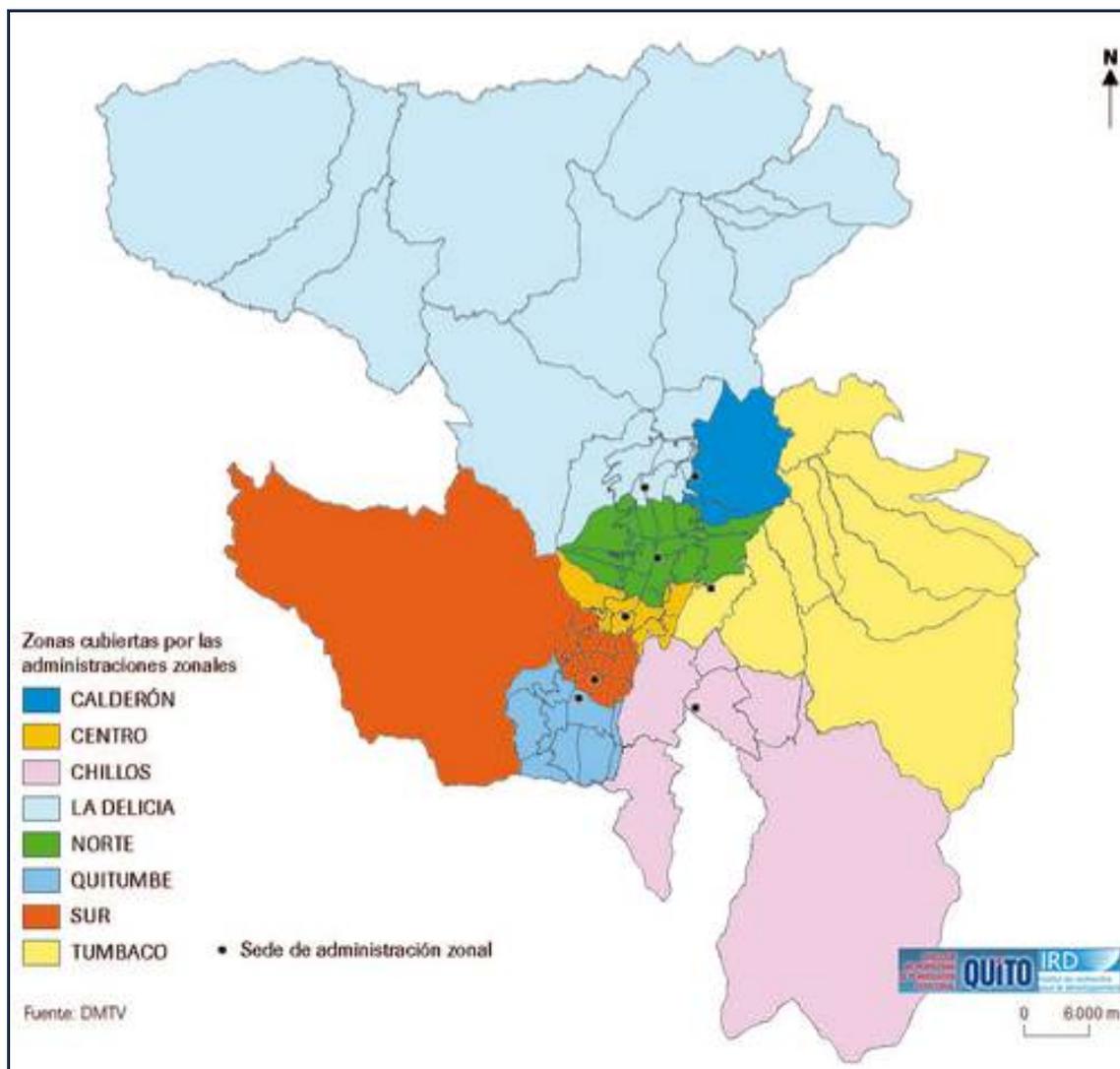


Figura 18. Mapa de las Administraciones zonales del MDMQ

Tomado de: Municipio de Quito, <http://www.quito.gob.ec/>

La razón por la que se designó dicha población y se tomaron como unidad de análisis las ocho administraciones zonales, es que El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito entidad encargada de socializar el proceso de Presupuestos Participativos a través de la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación y tras un análisis de la sistematización de este proceso desde el 2009, se concluye que se desconoce el derecho de participación ciudadana por la mayoría de quiteños y no forman parte de las Asambleas de Presupuesto Participativo que se conforman en cada administración zonal. Adriana Sepúlveda, (2011, p. 54). Motivo por el cual no validan su derecho de generar una real democracia participativa.

4.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En la población del Distrito Metropolitano de Quito, se han seleccionado como unidades de análisis a las ocho Administraciones Zonales del DMQ en las cuales se maneja el proceso de Presupuestos Participativos.

4.5.1 Entrevista

Se realizarán entrevistas, que para Gualberto Buela (2000, p. 16) consisten en una herramienta para en el intercambio de información, entre dos personas, con un objetivo definido, por lo que se diferencia de un conversatorio normal. Coincidiendo con la definición propuesta por Martha Alles (2001, p.18), para quien es un diálogo con un propósito establecido, en el que cada persona cumple un rol, en la comunicación dentro de un tiempo establecido y un tema específico.

Se realizarán preguntas abiertas, que permiten que el entrevistado se exprese y amplíe la información que proporcionaría.

Las preguntas de las entrevistas, se clasifican de la siguiente manera:

- Se realizará una entrevista al encargado de manejar el tema de Participación Ciudadana por parte del Municipio, es decir, a la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana.

ENTREVISTA	
Objetivo General	Determinar las características del proceso de Participación Ciudadana y Democracia Participativa en el Distrito Metropolitano de Quito

Pregunta	Objetivo Especifico
1. ¿Qué es Participación Ciudadana?	Determinar una definición de Participación Ciudadana, por parte de una experta.
2. ¿Considera que existe una real Democracia Participativa en el DMQ? ¿Por qué?	Analizar si se ha generado Democracia Participativa en el DMQ.
3. Desde la Secretaria que ud maneja, que esfuerzos comunicacionales se han realizado, para aumentar la conciencia de participación en la ciudadanía.	Sondear estrategias de comunicación externa que utiliza esta instancia del Municipio
4. ¿En qué consiste el proceso de Presupuestos Participativos y como se lo maneja en el Municipio de Quito?	Establecer y analizar el proceso de Presupuestos Participativos en la ciudad de Quito.
5. ¿Considera que el Proceso de Presupuestos Participativos ha tenido éxito en la ciudad?	Situar en un nivel de aprobación por parte de la ciudadanía al proceso de PP en la ciudad.
6. ¿Qué estrategias sugiere utilizar para socializar el proceso de PP e incrementar el nivel de interés y participación ciudadana?	Proponer opciones y opiniones de estrategias para socializar el proceso e incrementar la participación ciudadana.
7. ¿Qué canales de comunicación se utilizan para coordinar el proceso de Presupuestos Participativos con cada Administración Zonal?	Analizar la comunicación interna entre la Secretaría y las Administraciones Zonales, en relación a los Presupuestos Participativos.
8. ¿Son incluyentes los procesos de Participación Ciudadana?	Determinar si hay una verdadera inclusión de género, grupos étnicos, etc.
9. Una recomendación a los ciudadanos, para que formen parte de los procesos de participación:	Analizar posible mensaje clave que se usa en la Secretaria para incentivar la participación de los quiteños.

- Además, se realizará una entrevista al encargado de coordinar el Proceso de Presupuestos Participativos, en cada una de las Administraciones Zonales de la ciudad.

ENTREVISTA	
Objetivo General	Conocer los procesos de comunicación sobre el proceso de Presupuestos Participativos en cada Administración Zonal.
Pregunta	Objetivo Específico
1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaría de Coordinación Territorial y cada Administración Zonal?	Determinar la planificación y cumplimiento del proceso entre la instancia principal del Municipio y cada delegación zonal de la ciudad.
2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la ciudadanía en el DMQ?	Determinar aspectos positivos y negativos de la participación ciudadana en la ciudad de Quito.
3. ¿Cómo se socializa a la población de la Administración Zonal acerca del proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas?	Analizar las estrategias comunicacionales en cada Administración Zonal.
4. ¿Cuáles son las principales demandas de esta Administración Zonal?	Percibir prioridades y necesidades de cada Administración Zonal.
5. ¿Qué impacto ha tenido la conformación de las Asambleas de Presupuesto Participativo?	Conocer la acogida de la ciudadanía en relación a la conformación de las Asambleas.
6. ¿Qué estrategias sugiere utilizar para socializar el proceso de PP e incrementar el nivel de interés y participación ciudadana?	Tener opciones y opiniones de estrategias para socializar el proceso e incrementar la participación ciudadana.

- Por último, se entrevistará a un líder barrial que forme parte de las Asambleas de Presupuestos Participativos.

ENTREVISTAS	
Objetivo General	Conocer la situación real de la conformación de las Asambleas de Presupuestos Participativos en cada Administración Zonal.
Pregunta	Objetivo Específico
1. ¿Cuál es la labor de las Asambleas de Presupuestos Participativos?	Establecer el objetivo de las Asambleas de Presupuestos Participativos
2. ¿Cómo se conforman las Asambleas de Presupuestos participativos?	Saber cuál es el proceso para ser parte de las Asambleas.
3. ¿Cuáles son los requisitos para ser parte de una Asamblea de Presupuestos Participativos?	Detallar los requisitos para la conformación de las Asambleas.
4. ¿Por qué decidió ser parte de las Asambleas de Presupuestos Participativos?	Determinar las motivaciones por las que los ciudadanos, decidieron formar parte de las Asambleas.
5. ¿A través de que medio se enteró de este proceso y cuál es su recomendación para darlo a conocer y que mas ciudadanos participen?	Estudiar los canales de comunicación utilizados y generar más ideas comunicacionales para la socialización.
6. ¿Cuáles son los beneficios y dificultades de las Asambleas de Presupuestos Participativos?	Determinar los pros y contras de formar parte de las Asambleas en el proceso.
7. ¿Obtiene información del proceso de Presupuestos Participativos por parte de la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana?	Analizar la comunicación que se maneja entre la ciudadanía y los encargados del proceso.

- **Entrevista a Luis Esparza - Secretaría de Coordinación Territorial y Participación (Anexo 3)**

- **Entrevista realizada a Kleber Albán - Administración Zonal la Delicia**
(Anexo 4)
- **Entrevista realizada a Katy Vera - Administración Zonal Quitumbe**
(Anexo 5)
- **Entrevista realizada a Julio Valdivieso - Administración Los Chillos**
(Anexo 6)
- **Entrevista realizada a Marcelo Aranda - Administración Eloy Alfaro**
(Anexo 7)
- **Entrevista realizada a Roque Jacho - Administración Eugenio Espejo**
(Anexo 8)
- **Entrevista realizada a Byron Cevallos – Administración Calderón**
(Anexo 9)
- **Entrevista realizada a María del Pilar González – Administración Tumbaco** (Anexo 10)
- **Entrevista a Enrique Quito – Asamblea de Presupuesto Participativos**
(Anexo 11)

4.5.2 Encuesta

Finalmente, se realizará una encuesta a una muestra de la población del Distrito Metropolitano de Quito, que en base a la formula de muestreo, son 626 habitantes a quienes se aplicará el cuestionario.

La encuesta se puede definir como una herramienta para obtener información con preguntas que permitan realizar un análisis cuantitativo, como lo menciona Elena Abascal (2001, p.14). Para Fernando García (2004, p. 18) dentro de la

encuesta, el cuestionario es una herramienta muy valiosa de investigación para conseguir información de la población y registrar datos sobre un tema en específico. (Ver anexo 1)

ENCUESTA	
Objetivo General	Determinar el conocimiento de la ciudadanía acerca del proceso de Presupuestos Participativos en el Distrito Metropolitano de Quito

4.5.3 Tabulación de la Encuesta

Ver Anexo 2

5 CAPITULO V: PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA SOCIALIZAR LA CONFORMACIÓN DE LAS ASAMBLEAS Y EL ADECUADO CUMPLIMIENTO DEMOCRÁTICO DEL PROCESO DE LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

En el capítulo a continuación, se presenta la propuesta de una campaña de Comunicación Institucional para la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; con el fin de utilizar las herramientas de comunicación más idóneas para socializar el proceso de Presupuestos Participativos en las ocho administraciones zonales de la ciudad.

El plan de Comunicación responde a las necesidades de las administraciones zonales que fueron las unidades de análisis y pretende solucionar los distintos problemas comunicacionales identificados en la investigación previamente realizada.

Bajo ese contexto, para el desarrollo de la campaña se ha tomado en cuenta el contenido teórico de los distintos capítulos desarrollados con todo lo relacionado a Comunicación, Comunicación Corporativa, Participación Ciudadana, Democracia Participativa, etc.

A continuación se presenta la Campaña de Comunicación Institucional:

5.1 MATRIZ ESTRATÉGICA

Tabla 6. Matriz Estratégica

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE OBJETIVO	PÚBLICOS	ESTRATEGIAS
Diseñar una campaña de Comunicación orientada a socializar el proceso de Presupuestos Participativos y la conformación de las Asambleas, generando democracia participativa en el Distrito Metropolitano de Quito y sus ocho Administraciones Zonales.	Elaborar un perfil Corporativo del proceso de Presupuestos Participativos	Informativo Motivacional	Público Interno, Público Externo	Se creará una imagen Corporativa para el proceso de Presupuestos Participativos.
	Producir piezas comunicacionales y dar a conocer el proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas.	Informativo Motivacional	Público Externo	Se realizarán piezas comunicacionales y se promocionará el proceso de Presupuestos Participativos y Asambleas a través de los distintos medios y herramientas de comunicación.
	Incentivar a los ciudadanos para que formen parte de las Asambleas de Presupuesto Participativo, generando democracia participativa.	Informativo Motivacional	Público Externo	Se informará e invitará a los ciudadanos a que ejerzan su derecho de Participación Ciudadana, a través de distintas actividades y eventos.
	Sistematizar la comunicación entre la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación, las Administraciones Zonales y las Asambleas de Presupuesto Participativo.	Informativo	Público Interno	Se implementarán canales y estrategias de comunicación internas.

5.2 MATRIZ TÁCTICA

Tabla 7. Matriz Táctica

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	RESPONSABLES
<p>Se creará una imagen Corporativa para el proceso de Presupuestos Participativos.</p>	<p>1. Imagen Institucional Objetivo: Generar una imagen Corporativa de Presupuestos Participativos</p> <p>LOGO · Se contratará un diseñador · Se elaborará un logo para Presupuestos Participativos, respetando colores institucionales del Municipio de Quito y su respectivo manual corporativo. Ver Anexo 13 · Se elaborará un slogan motivador acerca de Presupuestos Participativos. Ver Anexo 14</p> <p>PAPELERÍA · Se elaborarán hojas, carpetas de cartón y sobres con la imagen de Presupuestos Participativos (1000 de c/u). Ver Anexo 15</p> <p>SIGNATURE BANNER Y DIAPOSITIVAS · Los funcionarios encargados del proceso deberán colocar al pie de mail la imagen de Presupuestos Participativos. · Se creará una plantilla para usar en todas las presentaciones de Power Point con la imagen de Presupuestos Participativos.</p> <p>ROLL UP · Se elaborarán 10 roll ups de 1.20 x 0.70 con la imagen de Presupuestos Participativos. · Se colocará uno en cada Administración Zonal, uno en la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación. Ver Anexo 16</p>	<p>1. Imagen Institucional · Comunicador Corporativo · Diseñador</p>
<p>Se realizarán piezas comunicacionales y se promocionará el proceso de Presupuestos Participativos y Asambleas a través de los distintos medios y herramientas de comunicación.</p>	<p>1. Medios Audiovisuales Objetivo: Difundir de manera masiva a la ciudadanía del DMQ el proceso de Presupuestos Participativos</p> <p>TELEVISIÓN · Se contratará una agencia de publicidad y productora. · Se elaborará un spot de 40 segundos en español. · Se transmitirá periódicamente durante 4 semanas, en distintos horarios y canales de televisión. · Se pautará en canales como: RTS, Gama, TC, Ecuador TV, Telerama, Canal 1. Ver Anexo 17</p> <p>RADIO · Se producirá una cuña radial de 40 segundos en español. · Se pautará durante seis semanas, en distintas radios del Distrito Metropolitano de Quito. · Se transmitirá la pauta en radios como: Sonorama, Pública, Municipal, Centro, América, FM Mundo, Ecuashyri, Canela, Rumba. Ver Anexo 18</p> <p>2. Medios Escritos Objetivo: Fomentar la información hacia los públicos externos</p> <p>PRENSA · Se elaborará en arte de las gráficas para los avisos de Presupuestos Participativos. · Se publicará información y anuncios 1/4, full color, acerca del proceso de Presupuestos Participativos. · Se pautará en distintos periódicos que circulan en la ciudad de Quito. · Se pautará cada domingo en periódicos durante un mes. · Se pautará en periódicos como: El Quiteño, Ultimas Noticias. Ver Anexo 19</p> <p>3. Papelería Objetivo: Difundir información masiva a los ciudadanos.</p> <p>FLYERS · Tendrán información general de lo que son los Presupuestos Participativos y Asambleas. · 5 000 Impresos a full color, en papel couche de 150 grs. · Se distribuirán en varios sitios estratégicos alrededor de la ciudad, además de las Administraciones Zonales. Ver Anexo 20</p> <p>TRÍPTICOS · Con información más completa del proceso de Presupuestos Participativos, se explicará el proceso detalladamente, requisitos, experiencias, etc. · Serán 5 000 Trípticos en impresión a full color, en papel couche de 150 grs. · Se distribuirán en las Administraciones Zonales y en lugares estratégicos de la ciudad, Ver Anexo 21</p> <p>AFICHES · Se elaborarán 100 afiches llamativos acerca de la campaña informativa de Presupuestos Participativos. Tamaño 60 x 40 cm · Se colocarán en la ocho Administraciones Zonales y en lugares estratégicos.</p> <p>4. Web Objetivo: Difundir información de manera interactiva y llegar a un alto porcentaje de personas que usan internet.</p> <p>MAIL · Se creará un mail exclusivo de Presupuestos Participativos · Se responderán oficialmente todas las inquietudes de los usuarios. · El mail será: presupuestosparticipativo@quito.gob.ec</p> <p>PERFIL DE FACEBOOK · Se creará una página de facebook para que las personas más jóvenes también conozcan del proceso de Presupuestos Participativos y del derecho de Participación Ciudadana. · Se contratara un Community manager. · Se subirá información concreta del proceso, mensajes claves para incentivar a la participación ciudadana.</p>	<p>1. Medios Audiovisuales · Comunicador Corporativo · Productora · Publicista</p> <p>2. Medios Escritos · Comunicador Corporativo · Diseñador gráfico</p> <p>3. Papelería · Comunicador Corporativo · Diseñador gráfico</p> <p>4. Web · Comunicador Corporativo · Community Manager · Diseñador gráfico</p>

<p>Informar e invitar a los ciudadanos a que ejerzan su derecho de Participación Ciudadana, a través de distintas actividades y eventos.</p>	<p>1. Charlas informativas y dinámicas Objetivo: socializar de manera directa con los ciudadanos el proceso de Presupuestos Participativos con los ciudadanos e incentivar la participación ciudadana.</p> <p>CHARLAS</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se programarán charlas informativas, de socialización en distintas parroquias de las ocho administraciones zonales, para que los ciudadanos conozcan del proceso · Se elaborará un video con las obras que se han realizado gracias a Presupuestos Participativos. · Se realizará una introducción con el video de una obra de teatro, que informe del proceso de Presupuestos Participativos. · Se realizará una pequeña presentación del proceso y conformación de las Asambleas. · Se responderán preguntas. · Se realizarán las charlas según sea necesario, un estimado de una semanal en distintos barrios. · Las realizarán los encargados del proceso en cada Administración Zonal · Se repartirá material informativo. <p>2. Alianzas con dirigentes y líderes barriales. Objetivo: Incentivar a los ciudadanos para que formen parte de Presupuestos Participativos y Asambleas.</p> <p>ALIANZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> · Identificar a los dirigentes barriales, por la activa participación de los mismos, en cada Administración Zonal. · Capacitar a los dirigentes con respecto a Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas. · Incentivar a la organización barrial. · Habrá reuniones cada mes, para conocer los avances e inquietudes que se presenten · Se proporcionará todo tipo de material informativo para que sea repartido en los barrios. <p>3. Concurso Mejorando tu barrio Objetivo: Incentivar a la participación ciudadana en los barrios mediante actividades innovadoras.</p> <p>CONCURSO "NUESTRO BARRIO"</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se reunirán los moradores de los barrios, para plantear sus necesidades entre los dos programas de PP. · Se establecerá una alianza estratégica con uno de los noticieros de la comunidad. · En dichos barrios se convocará a un concurso a través de flyers, comunicados con los dirigentes barriales, y TV. · Los moradores de los barrios deberán organizarse e informarse del proceso de Presupuestos Participativos. · Presentarán una sola propuesta, con justificaciones. · Se conformará un jurado: por un representante del Municipio, un representante de la Secretaría de Coordinación Territorial, un directivo del canal y un representante de la Administración Zonal a la que corresponda el barrio. · Se calificará la originalidad y necesidad de la obra, a las 5 mejores propuestas se les asignará un arquitecto, para elaborar la maqueta. · Entre los finalistas se aplicarán los parámetros de PP, como: necesidad, pertinencia, viabilidad, etc. para designar al ganador. · El barrio ganador obtendrá la realización de la obra propuesta dentro del programa "Mejorando tu ciudad". 	<p>1. Charlas Informativas. · Comunicador Corporativo</p> <p>2. Alianzas con dirigentes y líderes barriales · Comunicador Corporativo · Dirigentes y líderes barriales</p> <p>3. Mejorando tu barrio · Municipio · Comunicador Corporativo</p>
<p>Implementar canales y estrategias de comunicación internas.</p>	<p>1. Contratación de un Comunicador Corporativo Objetivo: Gestionar estratégicamente todo el sistema de comunicación</p> <p>CONTRATAR COMUNICADOR</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se creará el perfil que debe desarrollar el Comunicador Corporativo. · Contratar un comunicador Corporativo, que dirija adecuadamente la comunicación de Presupuestos Participativos entre la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación y las Administraciones Zonales. <p>PLANIFICACIÓN PREVIA</p> <ul style="list-style-type: none"> · A inicios de año, se establecerán las directrices y lineamientos a seguir para comunicar efectivamente el proceso de Presupuestos Participativos, a través de un plan de comunicación. · Se elaborarán formatos de demandas, quejas, inscripciones, etc. · Se enviará a cada Administración Zonal un folleto con las directrices, cronograma, etc. a seguir. · Entregar material unificado en cada Administración Zonal, que se utilizara para la socialización y en las Asambleas. <p>2. Canales y herramientas de Comunicación internas Objetivo: Unificar la comunicación entre la Secretaría de Coordinación Territorial y las Administraciones Zonales</p> <p>BOLETIN</p> <ul style="list-style-type: none"> · El comunicador de la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación elaborará un Boletín Bimensual con noticias, eventos, novedades, etc. de Presupuestos Participativos y lo enviará vía correo electrónico al encargado en cada Administración Zonal. · Se debe difundir el boletín vía mail y en las redes sociales entre la ciudadanía en general y a los actores que son parte de las Asambleas. <p>REUNIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> · Convocar a reuniones bimensuales para que los encargados del proceso en cada Administración Zonal, expongan los avances, dificultades, recomendaciones, etc. Del proceso que se está llevando a cabo. · Además, realizar reuniones bimensuales con los ciudadanos que son parte de las Asambleas, para conocer su punto de vista acerca del desarrollo del proceso en cada Parroquia de las distintas Administraciones Zonales. <p>CARTELERIA INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se instalará una cartelera interna, para lograr la difusión de mensajes hacia los públicos internos y externos, recordatorios, frases de participación ciudadana, fotografías de obras realizadas, eventos, etc. · En base de madera, con corcho de 6 mm, tamaño 1.00 x 1.50 m. · Se instalará en cada Administración Zonal y en la Secretaría de Coordinación Territorial. · Constantemente se renovará la información que contenga. <p>Ver Anexo 22</p>	<p>1. Contratación de Comunicador Corporativo · Comunicador Corporativo · RRHH</p> <p>2. Canales y herramientas de Comunicación Internas · Diseñador gráfico · Comunicador Corporativo</p>

5.4 MATRIZ DE PRESUPUESTO

Tabla 9. Matriz de Presupuesto

TÁCTICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
Creación Logo y Slogan	1logo y slogan	400	400	Se hará una sola vez en el año
Roll Ups	10	50	500	Se hará una sola vez en el año
Elaboración Spot de TV 40 s. (Dirección, Producción, Scouting, Actores, Logística, Locución, Copias para medios)	1 spot	10000	10000	Se realizará 1 spot a l año
Realización de 1 cuña de 40"s. (horas de estudio, locutores, mezcla, música)	1 cuña	1500	1500	Se realizará sola cuña al año
Diseño de las Gráficas para avisos	1 diseño	150	150	Una vez al año
Pautaje de Spot en TV (5 canales, horario AAA, 4 semanas)	17 spots semanales (4 semanas)	varia	60 000	Se realizará monitoreo de medios
Mención de Cuña radial (9 radios, horario rotativo, 6 semanas)	91 cuñas semanales (6 semanas)	varia	9 528	Se realizará monitoreo de medios
Pautaje en periódicos (2 periódicos, 1 anuncio semanal, 2 meses)	8 avisos (2 meses)	varia	3200	Se realizará monitoreo de medios
Flyers	5000 Unidades	0.10	500	Entregas serán constantes en un año
Trípticos	5000 Unidades	0.10	500	Entregas serán constantes en un año
Afiches	100 Unidades	1.50	150	Entregas serán constantes en un año
Buses	8 Unidades (30 días c/u)	250	2000	Se realizará monitoreo en vía pública
Paradas	10 Unidades (30 días c/u)	400	4000	Se realizará monitoreo en vía pública
Paneles	8 Unidades (30 días c/u)	400	3200	Se realizará monitoreo en vía pública
Actores	2 actores (40 días)	15 diarios	600	Se realizará una vez al año.
Boulevards	3 lugares	200	600	Actividad dinámica, para la ciudadanía.
Esferos	1000 unidades	0.80	800	La entrega será constante por un año
Pulseras	2500 Unidades	0.35	875	La entrega será constante por un año
Concurso	5 Unidades	300	1 500	Actividad dinámica, para la ciudadanía.
Premio	1 unidad	10 000	10 000	Recompensa del Mural de Participación
Personal	4 personas (5 días)	15	300	Personal de apoyo en las distintas actividades.
Contratación Comunicador Corporativo (sueldo)	1 persona (sueldo mensual)	1200	1200	Trabajo constante, evaluación anual.
			Sumatoria:	108.678
			Gastos Admin. 20%:	21.735,6
			Subtotal:	130.413,6
			Imprevistos 5%:	6.520,6
			Total:	136 934,28

5.5 MATRIZ DE EVALUACIÓN

Tabla 10. Matriz de Evaluación

Objetivos Específicos	Tipo de Objetivos	Nivel Evaluación	Técnica	Indicador
Elaborar un perfil Corporativo del proceso de Presupuestos Participativos	Informativo Motivacional	Básico Intermedio	Imagen Institucional: Sondeo de Opinión	Conocimiento de la ciudadanía / exposición y uso de la imagen
Producir piezas comunicacionales y dar a conocer el proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas.	Informativo Motivacional	Básico Intermedio	Medios Audiovisuales: Impacto en los medio Medios Escritos: Impacto en los medios Comunicación digital y WEB 2.0: Número de visitantes Flyers y volanteo: Sondeo de opinión BTL: Exposición del mensaje Material Promocional: Medición de la producción	Rating y nivel de conocimiento sobre el proceso / Cantidad de apariciones en medios Número de lectores (tiraje de cada medio) / número de publicaciones Número de visitantes a las redes sociales / exposición del mensaje y publicaciones Conocimiento de la campaña / número de flyers repartidos Cantidad de la población / exposición del mensaje Cantidad de Producción / estimado de personas a entregar el material
Incentivar a los ciudadanos para que formen parte de las Asambleas de Presupuesto Participativo, generando democracia participativa.	Informativo Motivacional	Básico Intermedio	Charla de PP: Sondeo de opinión Concurso "Nuestro Barrio": Medición de exposición del mensaje	Número de asistentes a la charla / número de charlas realizadas Número de barrios participantes / tiempo y recursos de la convocatoria
Sistematizar la comunicación entre la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación, las Administraciones Zonales y las Asambleas de Presupuesto Participativo.	Informativo	Básico	Contratación de Comunicador Corporativo: Sondeo de opinión y resultados Herramientas y canales de comunicación: Medición de la aplicación	Mejoramiento de la imagen y posicionamiento de la organización / tiempo y estrategias usadas por el comunicador Efectiva comunicación interna / herramientas y tiempo de la aplicación

6 CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Existe un sin número de estrategias comunicacionales que involucran el exitoso cumplimiento de los distintos objetivos de una empresa.
- La participación ciudadana es el espacio que tienen las personas para intervenir y decidir sobre los asuntos públicos.
- No existe un mecanismo de Comunicación efectivo que conecte la planificación del proceso de Presupuestos Participativos entre las distintas entidades que intervienen: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, Administraciones Zonales y Ciudadanía.
- Existe desinterés por parte de los ciudadanos, para organizarse y ser parte de las Asambleas de Presupuesto Participativo, son un mecanismo de democracia, en el que participan ciudadanos de las parroquias rurales, más que de las parroquias urbanas.
- El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, no socializa ni informa a los ciudadanos sobre las distintas obras que se realizan en la ciudad bajo el paraguas de Presupuestos Participativos.
- En cada Administración Zonal se vive una realidad distinta con respecto al Proceso de Presupuestos Participativos, existe mayor interés, organización y participación en las zonas rurales que urbanas.
- La comunidad del Distrito Metropolitano de Quito no está informada sobre el derecho de participación presente en el proceso y por ende no se genera una verdadera democracia participativa.

- Según la investigación realizada, a los ciudadanos del DMDQ les gustaría participar de este proceso democrático.

6.2 RECOMENDACIONES

- Es necesario emprender una campaña de comunicación desde el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para socializar el proceso de Presupuestos Participativos y la labor de las Asambleas, incentivando así al debate público.
- Se debe generar un sistema de información y aprendizaje constante durante el proceso de Presupuestos Participativos, con el fin de cumplir exitosamente el derecho democrático que tienen los ciudadanos.
- Es importante usar las distintas herramientas, canales y medios de comunicación para involucrar a los diferentes actores sociales en este importante proceso de desarrollo, utilizando inclusive el espacio público.
- Hay que promover la labor de las Asambleas de Presupuesto Participativo, incentivando a que los ciudadanos tanto de las parroquias rurales como urbanas se organicen, debatan y lleguen a consensos generando propuestas para un beneficio colectivo.
- Se deben utilizar los distintos medios de Comunicación para llegar a toda la ciudadanía con un mensaje claro y articulado.
- Es indispensable crear y posicionar una imagen e identidad del Proceso de Presupuestos Participativos como institución, en distintos espacios y sectores sociales, difundiendo la importancia y necesidad de generar y hacer válida una democracia participativa, sin ningún tipo de discriminación.

- Realizar actividades comunicacionales innovadoras que motiven la participación de los distintos grupos sociales como lo son jóvenes, mujeres, niños, adultos mayores, etc.
- Articular en proceso de Presupuestos Participativos entre las instituciones del Municipio, la Secretaria de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana y las distintas Administraciones Zonales, a través de un plan de comunicación para que se posicione como un proceso institucionalizado y organizado en la ciudad de Quito.

REFERENCIAS

- Abascal, E. (2001). *Análisis de Encuesta*. Madrid: ESIC Editorial.
- Adler, R. y Rodman, G. (2003). *Understanding Human Communication*. Oxford University: Press. 8va. Ed.
- Águeda, E. (2002). *Introducción al Marketing*. España: Ariel Comunicación.
- Ahedo, I. y Ibarra, P. (2007). *Democracia participativa y desarrollo humano*. Madrid: Dykinson.
- Alguacil, J. (2005). *Poder Local y Participación Democrática*. España: Novagrafic.
- Alles, M. (2001). *Proceso de selección*. Buenos Aires: Macchi.
- Alsina R. (2001). *Teorías de la Comunicación*. España.
- Andrade, G. (2012). *Instructivo sobre presupuesto Participativo 2013*. Quito.
- Anónimo. (2008). *Comunicación Interna*. España: Vértice. S.L
- Arboleda M, Herrera S, Ospina P. (2008). *Mapa de Actores Sociales de Ecuador*. Quito: Instituto de estudios ecuatorianos.
- Arroyo, J. e Irgoyen, M. (2005). *Desafíos de la democracia participativa local en la descentralización*. Perú.
- Ascanio, E. y C.. (2004). *Comunicación Estratégica*. Chile: Taurus.
- Báez, C. (2000). *La Comunicación Efectiva*. República Dominicana: Búho.
- Barquero, J. y Barquero, M. (2005). *Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad*. España: Gestión 2000.
- Barrera, A. (2002). *El Sistema de Gestión Participativa del DMQ, Parte I*. Quito.
- Barrera, A. (2007). *La Participación en el debate Político y Constitucional actual*. En Cuadernos para el dialogo No. 3. Red Ecuador Dialoga GTZ.
- Bartolome, M. y Cabrera F. (2007). *Construcción de una ciudadanía intercultural y responsable*. Madrid: Narcea S.A.
- Benavides, J. (2000). *La Publicidad y el Corporate*. España.
- Berlo, D. (2002). *El Proceso de la Comunicación*. Buenos Aires: El Ateneo.

- Bilbeny, N. (2008). *Filosofía Política*. Barcelona UOC.
- Blancas, E. (2009). *Más Municipios, más desarrollo*. México.
- Brajnovi, L. (1979). *El ámbito científico de la información*. Pamplona: Eunsa.
- Buela, G. (2000). *Manual de evaluación Psicológica*. España: Editores S.A.
- Burin, I. (2003). *Hacia una gestión participativa y eficaz*. Argentina: Ciccus.
- Cabanes, Y. (2004). *72 respuestas a preguntas frecuentes sobre Presupuestos Participativos Municipales*. Quito, Ecuador: AH Editorial.
- Caldevilla, D. (2007). *Manual de Relaciones Públicas*. España: Visión Net.
- Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona, España: Editorial Ariel S.A.
- Cárdenas, L. (2009). *Comunicación y Construcción de Ciudadanía*. Madrid: Catarata.
- Castellón G. (2010). *Comunicación Humana y Empresarial*. Mexico: Pearson.
- Castells, M. (2002). *La era de la Información*. México: Siglo XXI.
- Cerbino, M. y Richero, A. (2006). *Gobernanza, políticas públicas y aplicaciones de internet*. Quito: FLACSO
- Cervera, L. (2008). *Comunicación Total*. Madrid: ANORMI.
- Checa, A. (2000). *Historia de la Comunicación*. España: Netbiblo.
- Coll, J. (2001). *Sobre la economía del tiempo y la información*. España.
- Constitución Política del Ecuador. *Artículo 100*.
- Corral, E. (2006). *Nuevo Régimen Local*. Madrid: Industria Gráfica Mae.
- Correa, M. (2002). *Fundamentos de la Teoría de la Información*. México: ITM.
- Costa, J. (1999). *La Comunicación en acción*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Costa, J. (2001). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.
- Costa, J. (2009). *El Dircom hoy*. Barcelona: Granollers
- Cunnill, N. (2000). *La Participación ciudadana*. México: CESEM
- Cyr, D. (2004). *Marketing y Publicidad en la pequeña y mediana empresa*. Bogotá: Norma

- Dell' Oro, J. (2008). *Comunicando desde la identidad*. Manual de Comunicación Política Local.
- Diez, S. (2001). *Técnicas de Comunicación*. Colombia: Ideas propias.
- Distrito Metropolitano de Quito. (2010). *Cuaderno del participante Escuela de Formación Ciudadana Territorial*. Quito: Lexis S.A.
- El Comercio. (2008). *La Comunicación Comercial*. España: Vértice.
- Ferrajoli, L. (2008). *Democracia y Garantismo*. Madrid: Trotta.
- Fonseca, M. (2005). *Comunicación Oral*. México: Pearson.
- FORMIA, CODENPE, AECI y ROMODE-GT. (2005). *Guía para diseñar Estrategias de Comunicación*. Ecuador.
- FORMIA. (2009). *Guía de Comunicación y Gestión Participativa, Conceptos y Herramientas*. Ecuador: Artes Grafica Silva.
- Fung, A. y Wright, E. (2003). *Democracia en Profundidad*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales.
- Galdon, G. (2001). *Introducción a la Comunicación y a la información*. España: Edit. Ariel.
- Galindo, J. (2008). *Comunicación, ciencia e historia*. Mcgraw hill
- Gallegos, K. (2002). *Nociones de participación ciudadana en los comités de gestión de la Zona Centro en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito.
- García, F. (2004). *El Cuestionario*. México: Limusa.
- García, M. (2011). *Las Claves de la Publicidad*. Madrid: ESIC.
- Garrido, F. (2001). *Comunicación Estratégica*. España: Gestión 2000.
- Guning, J. y Hunt, T. (2003). *Dirección de Relaciones Públicas*. España: Gestión 2000.
- Jaramillo, J. (2004). *Aporte de la Comunicación a la Construcción de Políticas Públicas*. Panamá.
- La Porte, J. (2003). *Comunicazione Interna*. Milan: Franco Angely.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., Toth, E. (2008). *Relaciones Públicas*. México: The MacGraw Hill.
- León, O. (2001). *Comunicación en el Tercer Milenio*. Quito: Abya-Yala.

- Ley Orgánica del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.
Artículo 67.
- Losada, J. (2004). *Gestión de la Comunicación en las Organizaciones*.
Barcelona: Ariel.
- Maravi, S. (1999). *El funcionamiento de las instituciones de la democracia directa en el Perú, a partir de la constitución política de 1993*. Et Praxis No. 2. Universidad de Talca: Chile.
- Mejillones, S. (2006). *Participación Ciudadana y Control Social*, La Paz, PGD impresiones.
- Mellado, R. (2001). *Participación Ciudadana Institucionalizada y Gobernabilidad*. Mexico: PyV.
- Mendizabal, I. y Cucurella, L. (2001). *Comunicación en el Tercer Milenio*.
Quito: Abya Yala.
- Míguez, M. (2010). *Los Públicos en las Relaciones Públicas*. Barcelona:
Carrera
- Monsalve, A. (2003). *Teoría de la Información y Comunicación Social*. Quito:
Abya-Yala.
- Montero, J. y Ruedas, J. (2001). *Introducción a la historia de la Comunicación social*.
Barcelona: Ariel Comunicación.
- Morales, J. (2008). *La Participación ciudadana en la encrucijada*. Prometeo:
Buenos Aires.
- Morel, L. (2006). *La Autonomía Local*. *Revista General de Derecho Administrativo*. No 13.
- Ocampo M. (2007). *Comunicación Empresarial*. Bogotá: Ecoe. Ediciones
- Ordenanza Metropolitana No. 187, Art. I 50.
- Paladino, M; Álvarez C. (2006). *Comunicación empresarial responsable*.
Buenos Aires: Temas.
- Pastor, E. (2009). *Participación ciudadana y gestión de las políticas sociales municipales*.
España: Editum.
- Pereira, J. (2008). Nueva Gestión Pública enfoque Participativo. Módulo 2.
Ecuador.
- Pérez, L. (2004). *Marketing Social*. México: Pearson.
- Pérez, R. (2001). *Estrategias de Comunicación*. España: Ariel.

- Piñuel, J. (2002). *Teoría de la Comunicación y Gestión de las Organizaciones*. Madrid: Síntesis.
- Pizzolante, I. (2006). *El poder de la Comunicación estratégica*. Caracas: El nacional.
- Prats, J. (2005). *Demócratas y democratizaciones*. *Revista internacional para el desarrollo humano*. Edición 31.
- Puig, T. (2003). *La Comunicación Municipal Cómplice con los Ciudadanos*. Buenos Aires: Paidós
- Putma, I; Costa, J; Garrido, F. (2002). *Comunicación Empresarial*. Barcelona: gestión 2000.
- Ramírez, F., Welp, Y. (2011). *Nuevas Instituciones Participativas y democráticas en América Latina*. En Iconos. *Revista de Ciencias Sociales*, No. 40. Quito, Mayo 2011.
- Rast L. y Camacho G. (2008). *Buenas prácticas en participación*. Ecuador: Imprimax.
- Rodríguez, I. (2007). *Estrategias y Técnicas de Comunicación*. Barcelona: UOC
- Román, M. (2000). *Aspectos metodológicos de la historia de la Comunicación*. Sevilla: Ambitos.
- Rosales, M. (2005). *Buen Gobierno Local Mediante Gestión Participativa*.
- Roth. (2007). *Proyectos Colectivos*. Lima: PGD.
- Royo, M. (2002). *Comunicación Publicitaria*. Madrid: Minerva.
- Sabatini, F. Brain, I. (2008). *La segregación, los guetos y la integración social urbana*. Santiago: revista EURE.
- Santos, B. (2004). *Democracia y Participación: el Presupuesto Participativo de Porto Alegre*. Quito: Abya – Yala.
- Saulière, S. (2009). *¿Cómo hacer un Presupuesto Participativo?* Ecuador.
- Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación Estratégica*. Argentina: Granica S.A.
- Schneider, C.; Welp, Y. (2011). *¿Transformación democrática o control político?* *Revista de Ciencias Sociales* No. 40. Quito: Revista Iconos.
- Schultz, Jo Hatch y Holten Larsen. (2000). *La Organización Expresiva*. Oxford.

- Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana. (2012). *Una experiencia de Participación ciudadana en el Distrito Metropolitano de Quito*. Sistematización (2010-2011). Quito.
- Sepúlveda, A. (2011). *Participación Ciudadana*. Ecuador: Imprimax.
- Solórzano, C. (2004). *Democracia participativa*. Venezuela: POMAIRES.
- Trabajo de Investigación de la Campaña Mundial de Gobernanza Urbana sobre “¿Qué es y cómo se hace el Presupuesto Participativo?” (2004).
- Valencia, H. (2000). *Documento para la discusión de la primera esquina regional sobre desarrollo local*. Ecuador: PNUD
- Van Riel, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Madrid: Prentice Hall.
- Ventura Jordi. (2001). *Dirección de Comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gestión 2000.
- Wilcox, D., Cameron, G., y Xifra, J. (2007). *Relaciones Públicas*. España: Pearson.
- Xifra, J. (1998). *Lobbying*. Barcelona: Gestion 2000.
- Young, M. y Post, J. (2003). *Ocho principios de la Comunicación Eficaz*. Managin to Communicate.

ANEXOS

ANEXO 1

Formato Encuesta

Encuesta

Leer detenidamente una por una las preguntas y responder con la sinceridad del caso

1. Sexo

F M

2. Edad

16-23 24-30 31-45 46 en adelante

3. ¿En qué sector de Quito vive?

Norte Centro Sur Periferia

4. ¿Tiene acceso a Internet?

Sí No

5. ¿Conoce quien está a cargo de realizar las obras públicas de su barrio/sector?

(En caso de responder Si, especifique quién)

Si No Quién _____

6. ¿Qué tan satisfecho se siente con las obras que se han realizado en el sector en el que vive?

Bastante Satisfecho Satisfecho Poco Satisfecho

7. ¿Sabe usted que puede participar en el proceso para la toma de decisiones y realización de obras en su barrio?

Sí No

8. ¿Conoce acerca del Proceso de Presupuestos Participativos?

(En caso de responder si, pasar a la pregunta 8, caso contrario pase a la pregunta 9)

Sí No

9. ¿A través de que medio se enteró del Proceso de Presupuestos Participativos?

Radio

TV

Prensa

Internet

Por un conocido

Otro (especifique) _____

10. ¿Formaría parte de las Asambleas de Presupuesto Participativo? (Que deciden que obras realizar en las parroquias y barrios de las distintas Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito.)

Si No Tal vez

¿Por qué? _____

11. ¿Qué medio le parece el más adecuado para enterarse acerca del Proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas en el Distrito Metropolitano de Quito?

- TV
- Radio
- Prensa
- Internet
- Charlas
- Otro (especifique) _____

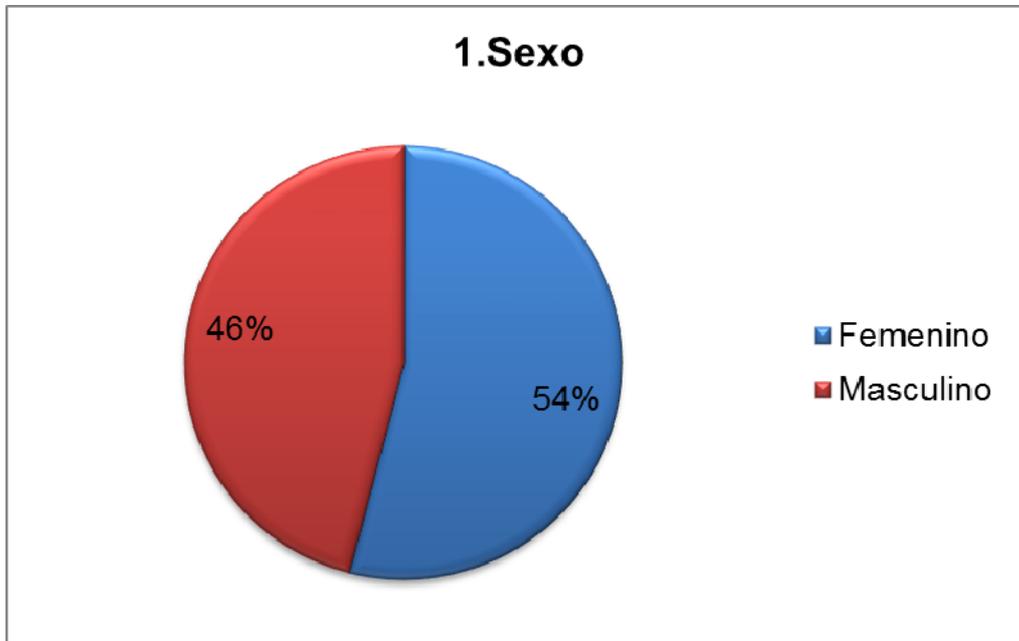
¡GRACIAS!

ANEXO 2

Tabulación Encuestas

1. Sexo

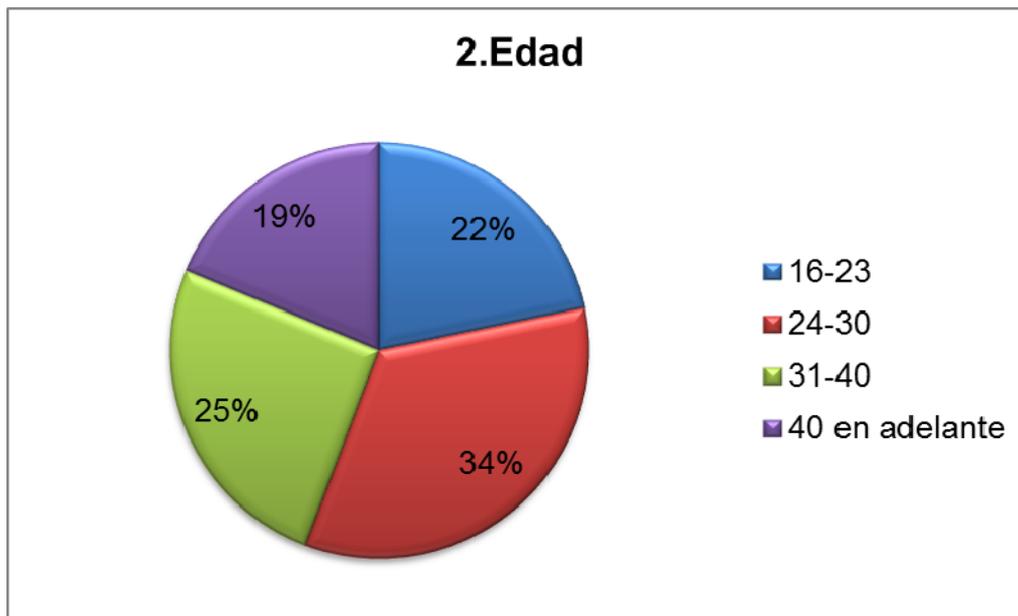
Femenino	338	54%
Masculino	288	46%
Total	626	100%



De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, de las 626 personas que respondieron la pregunta acerca de su sexo y como se evidencia en el gráfico el 46% fueron hombres y el 54% mujeres.

2. Edad

16-23	136	22%
24-30	213	34%
31-40	160	25%
40 en adelante	117	19%
Total	626	100%



Según el gráfico presentado y por los datos obtenidos de las 626 personas que respondieron la encuesta, el 22% tenían de 16 a 23 años, el 34% se encontraban en un rango de 24 a 30 años, el 25% de 31 a 40 años y finalmente el 19% de personas que respondieron tenían 40 años en adelante.

3. ¿En qué sector de Quito vive?

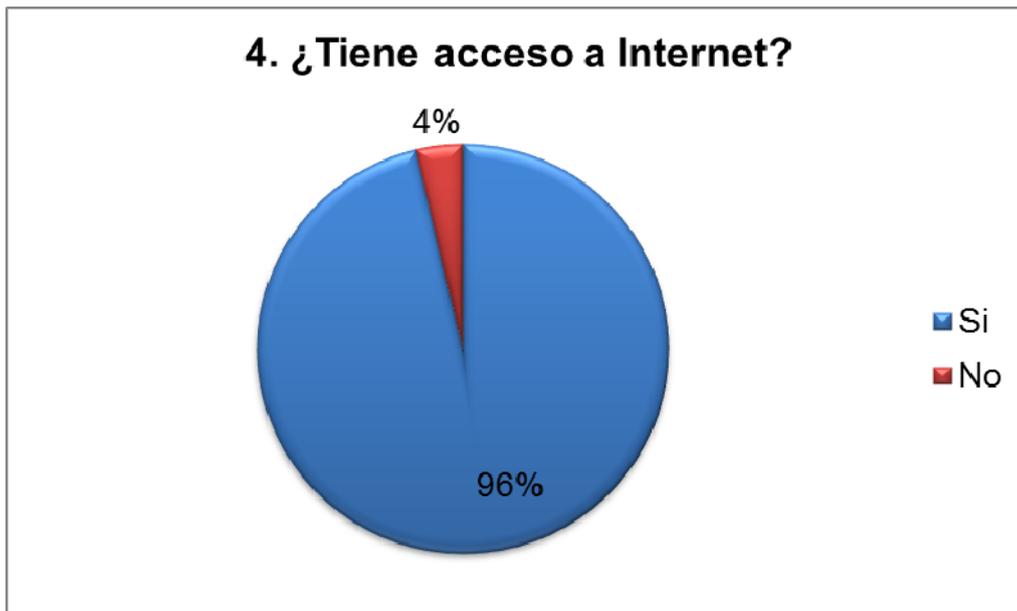
Norte	365	58%
Centro	80	13%
Sur	105	17%
Periferia	76	12%
Total	626	100%



Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada, el 58% equivalente a 363 personas viven en el norte de la ciudad, el 17% de las personas viven en el sur de Quito, 13% en el centro y finalmente el 12% habitan en las periferias de la ciudad.

4. ¿Tiene acceso a Internet?

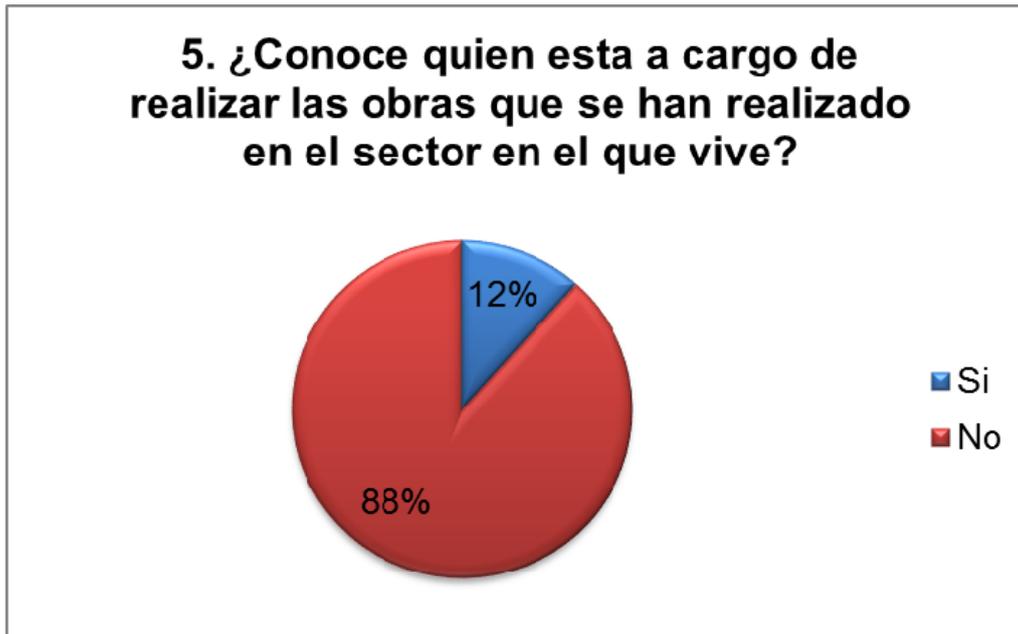
Si	603	96%
No	23	4%
Total	626	100%



En base a los resultados obtenidos y según el gráfico representado, el 96% de los encuetados que equivale a 603 personas, si tienen acceso a internet, por otro lado 23 personas, es decir el 4% no tienen acceso a internet.

5. ¿Conoce quien está a cargo de realizar las obras que se han realizado en el sector en el que vive?

Si	73	12%
No	553	88%
Total	626	100%



De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a 626 personas de la ciudad de Quito, el 88% que equivale a 553 ciudadanos, no conocen quien está a cargo de realizar las obras públicas de su sector, por el contrario el 12% si conocen quienes son los responsables.

6. ¿Qué tan satisfecho se siente con las obras públicas que se han realizado en el sector en el que vive?

Bastante Satisfecho	38	6%
Satisfecho	338	54%
Poco Satisfecho	250	40%
Total	626	100%



En base a los resultados obtenidos y según la figura presentada, se demuestra que el 6% de la población encuestada, se encuentran bastante satisfechos con las obras publicas que se realizan en el sector en el que viven; el 54%, se encuentra satisfecho; y el 40% se encuentran poco satisfechos.

7. ¿Sabe usted que puede participar en el proceso para la toma de decisiones y realización de obras en su barrio?

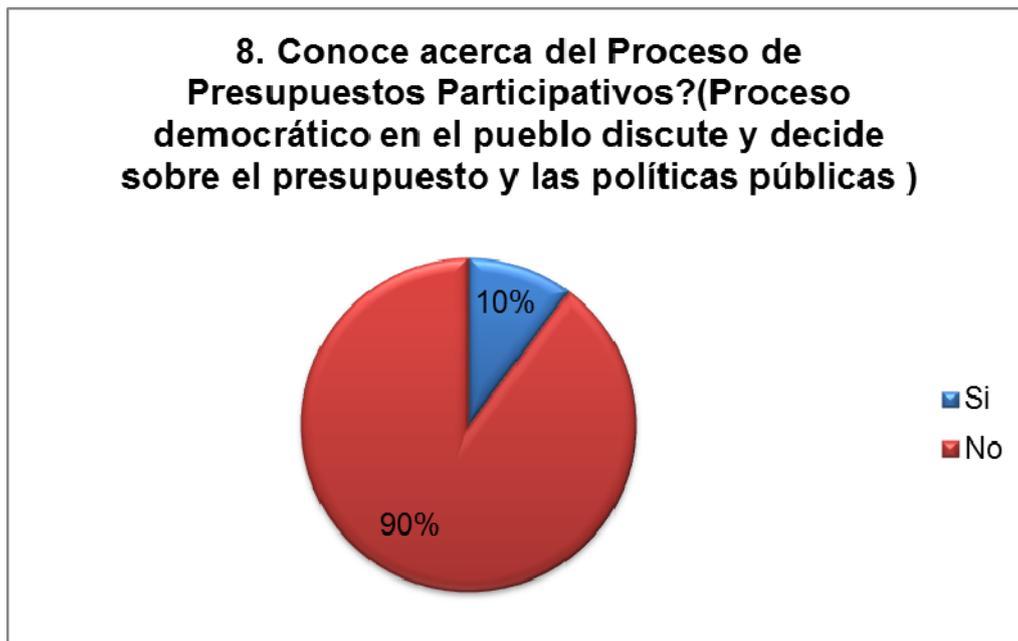
Si	66	11%
No	560	89%
Total	626	100%



En base a los resultados obtenidos, según la encuesta aplicada, apenas el 11% de las personas saben que pueden participar en el proceso de toma de decisiones y priorización de obras en su barrio, y el 89% no conoce de este derecho, con el cuentan los ciudadanos.

8. Conoce acerca del Proceso de Presupuestos Participativos?(Proceso democrático en el pueblo discute y decide sobre el presupuesto y las políticas públicas)

Si	64	10%
No	562	90%
Total	626	100%



Según la figura presentada en base a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a 626 personas en el Distrito Metropolitano de Quito, el 10% conoce acerca del proceso de Presupuestos Participativos, mientras que el 90% de la población encuestada, desconoce de este proceso.

9. ¿A través de qué medio se enteró del Proceso de Presupuestos Participativos?

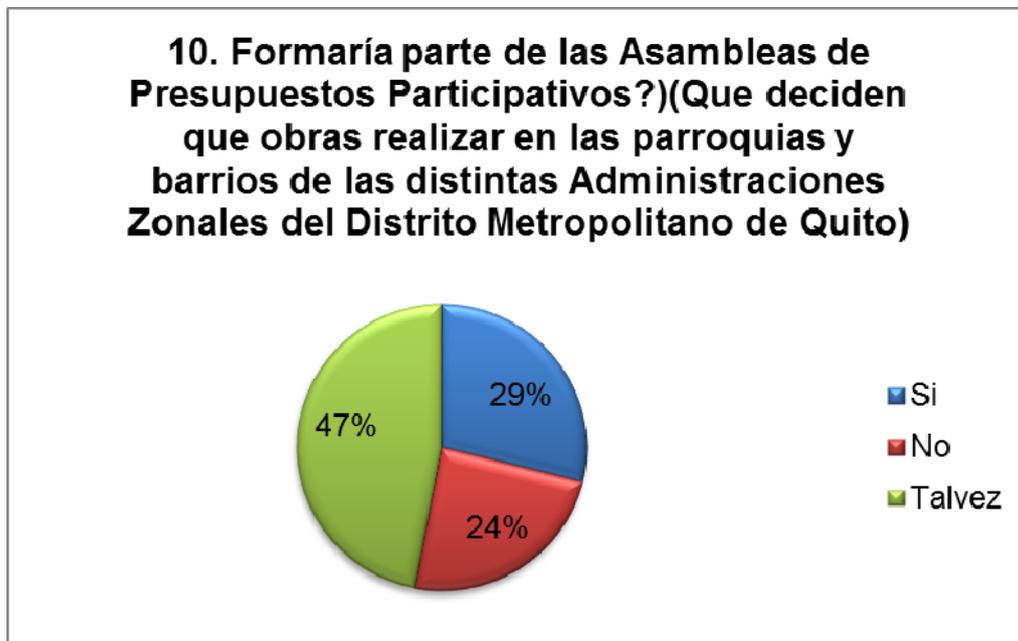
Radio	10	16%
TV	5	8%
Prensa	6	9%
Internet	5	8%
Por un conocido	25	39%
Otro	13	20%
Total	64	100%



Del 90% de personas que respondieron a la anterior pregunta, que sí conocen acerca del Proceso de Presupuestos Participativos, el 16% se enteró por medio de la radio; el 8% por la TV; otro 8%, a través del internet; el 9% a través de la prensa; el 39% por medio de un conocido y el 20%, se enteró del proceso, por otro medio.

**10. ¿Formaría parte de las Asambleas de Presupuestos Participativos?
(Que deciden que obras realizar en las parroquias y barrios de las distintas Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito)**

Si	181	29%
No	151	24%
Tal vez	294	47%
Total	626	100%



Según la figura presentada, en base a la población investigada, el 29% de los encuestados, respondieron que si formarían parte de las Asambleas de Presupuesto Participativo; el 24%, no formarían parte de las Asambleas y el 47% tal vez serian parte de las Asambleas.

11. ¿Qué medio le parece el más adecuado para enterarse acerca del Proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas en el Distrito metropolitano de Quito?

TV	207	30%
Radio	129	19%
Prensa	119	18%
Internet	146	21%
Charlas	61	9%
Otros	19	3%
Total	681	100%



De las 626 personas encuetadas, y según los resultados obtenido y la figura presentada; el 30% de los encuestados consideran que el medio más adecuado para enterarse acerca del Proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas a través de la TV; el 19%, por medio de la radio; el 18%, a través de la presa; el 21% por medio del internet; el 9% por charlas y finalmente el 3% a través de otros medios.

ANEXO 3

Entrevista a Luis Esparza - Secretaría de Coordinación Territorial y Participación

Secretaría de Coordinación Territorial y Participación

Entrevista realizada a Luis Esparza
Director Metropolitano de Participación

Entrevista

1. ¿Qué es Participación Ciudadana?

Depende para qué y con los intereses en que se utiliza, puede considerarse desde una forma clientelar de tomar a la ciudadana como una mercancía para tener un voto o algún beneficio, pero también se puede tomar a la Participación Ciudadana desde otros puntos, como generar capacidades para que los ciudadanos intervengan de forma afectiva en los asuntos de su barrio, de su localidad o país. La participación es parte de la democracia.

2. ¿Considera que existe una verdadera Democracia Participativa en el Distrito Metropolitano de Quito?

Los procesos de construcción de democracia son tan históricos sociales y nunca están culminados, al momento en el país hay una constitución que establece un nivel de participación ciudadana, también hay una normativa que convierte a la participación en obligatoriedad normativa, en la ley de participación, el código de democracia y en el caso del Distrito Metropolitano de Quito, tenemos una Ordenanza Municipal la 187 del sistema de gestión participativa y eso hace que los procesos de participación se vayan fortaleciendo, los procesos democráticos en las localidades. La ordenanza

surge en el año 96, pero antes ninguna organización ha impulsado distintas formas de participación ciudadana, en las que hay es un marco normativo que incentiva la participación, pero los seres humanos somos participativos desde que nacemos, pues participamos en la familia, sociedad, etc. entonces participación siempre hay, solo depende del sentido, el enfoque, los niveles de participación y esta participación no sólo depende de la autoridad sino también de la calidad de los actores que formen parte de este proceso.

3. Desde la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación ¿qué esfuerzos comunicacionales se han realizado para aumentar la conciencia de participación en la ciudadanía?

Tratamos de demostrar que la participación es una capacidad de la ciudadanía, ser parte de los asuntos públicos es indispensable, es así que para motivar a la gente trabajamos con escuelas de formación ciudadana, porque creemos que un ciudadano que tiene información y formación tiene más posibilidades de una efectiva participación. Por otro lado, nosotros trabajamos en Presupuestos Participativos con la planificación participativa, fortalecimiento de organizaciones sociales voluntariado y en cada una de las administraciones generamos distintos materiales que pueden llegar a la ciudadanía respecto a información de lo que se hace como Municipio y también responsabilidad de derechos de los propios ciudadanos.

4. ¿En qué consiste el proceso de Presupuestos Participativos y cómo se lo maneja en el Distrito Metropolitano de Quito?

Los Presupuestos Participativos son un mecanismo de participación que se establecen en la constitución, obligatoriamente como Municipio creemos que esto implica trabajar por la ciudadanía y enfrentar formas clientelares es decir, que la gente deje de pensar que para establecer una demanda debe tener un amigo concejal, o ser parte de un partido. Así, los Presupuestos Participativos son mecanismo transparentes y cumplen algunas fases que son: estructura de

la demanda hacia cada administración zonal; la segunda fase, es la calificación de la demanda, es decir de la viabilidad en términos jurídicos técnicos y presupuestales, por ejemplo: si un barrio demanda adoquinado de una calle y ésta no cuenta con alcantarilla no es posible realizar la obra, es una obra no viable técnicamente; en términos jurídicos la comunidad quiere hacer algo en un terreno pero no es público, es privado entonces hay una imposibilidad jurídica; la tercera fase es el tema de priorización, las demandas calificadas en la asamblea en base a algunos criterios. Nuestro presupuesto tiene un ámbito parroquial, en la asamblea asisten todas las representaciones de las obras que han sido calificadas y los criterios de priorización, son por ejemplo: un barrio que ha llegado al consenso para proponer dicha obra y que tiene gran cantidad de pobladores, tiene mayor puntaje quien no ha recibido intervención por algunos años, al final se hace una sumatoria; la cuarta fase hace referencia a los procesos de estudios contractuales y a la ejecución de la obra. Las asambleas nombran comisiones de seguimiento que están al tanto de quien se le ha asignado la obra, la calidad de la obra, los tiempos, etc. Y así van reportando y establecen un control sobre la calidad en los tiempos, desde el cumplimiento hasta la entrega a la comunidad, en este ciclo de presupuestos participativos se invierte el 50% del presupuesto de la inversión que cada una de las administraciones zonales recibe y en el otro 50% se trabaja en obras de carácter en beneficio de toda la zona.

5. ¿Se podría considerar como institución a los Presupuestos Participativos?

En el caso de Quito ya se podría considerar institución, pues lo venimos haciendo hace tres años, tenemos normativa nacional, normativa local y en las propias organizaciones ya está establecido el sistema saben que para demandar una obra, deben acudir a Presupuesto Participativo, no siempre la gente sale contenta porque nunca son suficientes los recursos.

6. ¿Ha tenido éxito este proceso en el Distrito Metropolitano?

En los tres años que venimos realizando este proceso desde el 2009, el impacto que tiene la gente es por la forma de relacionarse con el Gobierno local, la gente sabe que hay un mecanismo por el cual canalizar sus demandas, el funcionario también lo sabe cada vez que genera una mayor demanda y esperamos que supere la cantidad de recursos que tenemos con el Municipio.

7. ¿Qué estrategias de comunicación sugiere utilizar para socializar el proceso y aumentar el interés en el tema de participación ciudadana?

Se deben establecer mecanismos digitales para que la gente presente sus demandas, tener información en línea de las obras, siguiendo todo el proceso, también el proceso de Presupuestos Participativos debe pasar por capacitación en las asambleas de Presupuesto Participativo, tengan que ver con obras importantes para la gente y el Municipio, además se deben establecer medios de comunicación masivos, televisión, prensa y radio que generen interés en la gente e incentivar a los ciudadanos y así mejorar la calidad de participación.

Es parte del proceso la rendición de cuentas y es importante que la gente esté informada de lo que se hace, o lo que hará en cada Administración Zonal, así se hace un recorrido con la comisión de seguimiento

8. ¿Qué canales de comunicación se usa para coordinar el proceso desde la Secretaría y las Administraciones Zonales?

Establecemos primero un documento, cada año empiezan los lineamientos para presupuestación participativa, también el material en cada administración zonal, por ejemplo, en la asamblea se informa lo que se hizo en el año anterior respecto a Presupuesto Participativo, cada Administración realiza su material, genera información en particular, en cada administración según sus

necesidades; nosotros como Secretaria establecemos directrices y lineamientos sobre todo se hacen trípticos de información, algunas administraciones han hecho videos, hacen exposiciones fotográficas y distintas formas. Lo que establecemos es el material informativo para asambleas, de lo que se ha realizado, el informativo de las reglas del juego.

Nosotros también realizamos esfuerzos comunicacionales como una sistematización 2010- 2011 y material que más o menos unifica las demandas, matrices de presentaciones para homogenizar la información, el mensaje, contenido y este es el principal esfuerzo que debemos hacer desde la Secretaría.

9. ¿Considera incluyentes los procesos de participación?

La inclusión absoluta en ningún proceso, en ninguna situación. Actualmente participan organizaciones de carácter barrial y la mayor parte de dirigentes son hombres adultos, estas tendencias se van modificando, pero es un problema de la conformación interna de cada organización social, pero aumenta la participación de mujeres en una de las asambleas hubo mayor participación femenina. De fondo hay una renovación generacional y como actores sociales se incorporan jóvenes que asumen la dirigencia y responsabilidad barrial.

10. ¿Cuál es un requisito para formar parte de las asambleas?

Se invita a todas las organizaciones que han presentado demandas, lo importante es que formen parte del proceso, que no sea un individuo que represente al barrio el que asiste a las asambleas, será más productivo para todos que las demandas sean consensos y que obliga así articular la participación de todos.

11. ¿Una recomendación a los ciudadanos para que formen parte del proceso de Presupuestos Participativos?

La calidad de participación tiene que ver con la calidad de los actores y deben utilizarse los niveles de información y de formación, así se mejora la calidad de participación, tenemos mejores condiciones y hacemos uso de un derecho de una real democracia.

Secretaría de Coordinación Territorial y Participación

Entrevista realizada a Luis Esparza
Director Metropolitano de Participación



Entrevista a Luis Esparza 2012.

ANEXO 4

Entrevista realizada a Kleber Albán - Administración Zonal la Delicia

Administración Zonal la Delicia

Entrevista realizada a Kleber Albán

Director de Gestión Participativa

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaría de Coordinación Territorial y Administración Zonal la Delicia?

La Secretaría, en este caso la del territorio tiene un rol de generar las políticas para cada una de las Administraciones Zonales, la Secretaría de Coordinación Territorial emana las directrices en torno a la ejecución del Presupuesto Participativo, dentro de este paraguas que es el Municipio en conjunto. Por ejemplo, para este año una de las directrices fue el trabajar en Presupuesto Participativo de los intereses dentro de lo que son las centralidades, otra de las directrices que se dieron fue que se maneje con los mismos montos de presupuestos del anterior año.

2. ¿Cómo se maneja la comunicación entre la Secretaría de Coordinación Territorial y esta Administración Zonal?

Hay distintos niveles de comunicación, uno es la reunión con la Secretaría que puede ser tomada como asamblea, otra es la entrega de información en documentos donde viene todo acerca de los criterios que se tomarán en cuenta cada año y la tercera es recibir información adicional vía mail.

3. ¿Cuáles considera que han sido los avances y dificultades de la participación de la ciudadanía en el Distrito y específicamente en esta Administración Zonal?

Existe un problema en los niveles de participación, hay una participación muy importante de todo lo que es líderes barriales, no solamente para Presupuesto Participativo, sino para todas las acciones que se realizan. Ahora lo que sí es un poco complicado es hacer que la gente se olvide del interés individual y pensar en el interés colectivo.

4. ¿Cómo se socializa la población de la Administración Zonal acerca del proceso de Presupuestos Participativos, que medios se utiliza?

Como ya es el tercer año, la dirigencia que saben que cada año se realizan asambleas de Presupuestos Participativos y así todo el año realizan los pedidos a través de oficios, en donde nosotros lo que hacemos es organizarlos en una matriz y posteriormente clasificándolos. Dependiendo del tipo de obra, puede ser el espacio público o de iluminación. Para el primero se realizó las pre asambleas que fue justamente con el afán de informar que íbamos a arrancar con el proceso de presupuestos participativos, pero ahora como es el tercer año ya no se han utilizado los medios para informar ya que las personas involucradas estaban al tanto de esta información.

5. ¿Se deben realizar más gestiones de comunicación para que la gente conozca y tenga el interés de participar y sea parte de este proceso?

Al momento cómo se han dado todas las estrategias comunicacionales está muy bien no creo que es necesario el generar demasiada expectativa, porque en realidad los presupuestos municipales para obras de administraciones zonales no son muy altos.

6. ¿Cuáles son las principales demandas entre programas de movilidad inteligente y mejorando tu ciudad?

Más allá de la clasificación que está dada para orientar los pedidos, nosotros lo que hicimos este año es como las centralidades categorizan dentro de eso.

7. ¿Existe participación activa de mujeres jóvenes personas de la tercera edad?

Claro que sí, obviamente la participación de la mujer es bien destacada, en casi todos los procesos hay más mujeres que hombres, de igual forma entran en los Presupuestos Participativos varios rangos de edad, no muchos jóvenes pero la mayor parte son hombres y mujeres adultos.

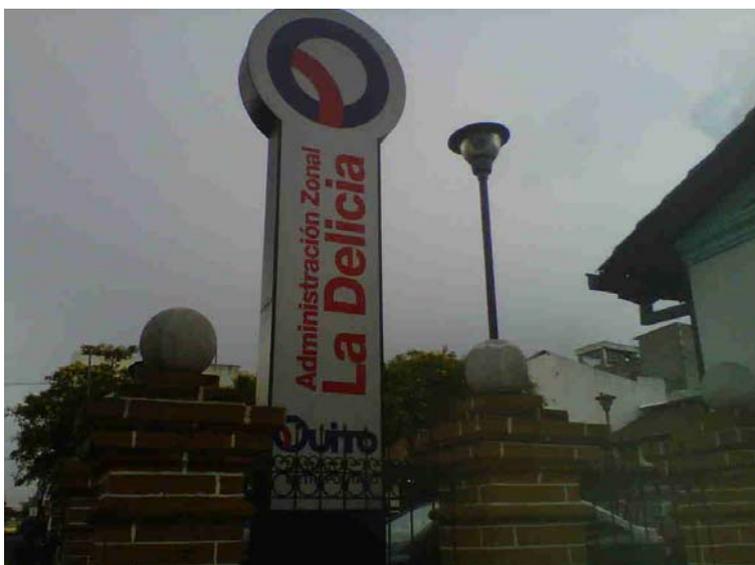
Administración Zonal la Delicia

Entrevista realizada a Kleber Albán

Director de Gestión Participativa



Entrevista a Kleber Albán, 2012



Administración Zonal la Delicia, 2012.

ANEXO 5

Entrevista realizada a Katy Vera - Administración Zonal Quitumbe

Administración Zonal Quitumbe

Katy Vera

Jefa de Gestión Participativa

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaria de Coordinación Territorial y cada Administración Zonal?

Nosotros ejecutamos todas las directrices y políticas emanadas por la Secretaria, y en campo ejecutamos lo que corresponde a las 5 parroquias de la Administración Zonal Quitumbe.

2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la ciudadanía en el DMQ?

En particular en la zona Quitumbe, la gente participa, se organiza porque hay un requerimiento, una necesidad. Esta Zona tiene cubierta por lo menos un 93% del servicio de agua potable y alcantarillado, falta todavía mucho por trabajar el tema de vías, en las que también se organiza, entonces acá en los comités barriales, como en todo el distrito metropolitano hay barrios organizados. Este antecedente ha permitido que realmente exista organización, se generan demandas y sobre esa demanda surgen más necesidades, así se cumple un proceso completo. Los ciudadanos han visto en el Gobierno Local, es decir en el Municipio que las puertas están abiertas para trabajar, no únicamente temas de vías, sino también de organizaciones de mujeres, de jóvenes y eso hace que exista una buena relación con la comunidad y que la gente sienta que está siendo tomada en cuenta.

3. ¿Cómo se socializa a la población de la Administración Zonal acerca del proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas?

Inicia el proceso cuando se entrega a la comunidad los formatos que los construimos en esta Administración Zonal, en los que se especifica quién, de qué barrio, qué pide, por ejemplo: acerca de una obra de vialidad, como una calle y se especifica (desde dónde, hasta dónde, cuánto tiene de ancho, por dónde pasa la calle, cuántos lotes están habitados), etc. Después tiene que socializar en cada barrio a través de una Asamblea interna y priorizar la obra a ejecutarse.

4. ¿Cómo se conforman las asambleas?

Hay dos tipos de Asambleas, la barrial en que se prioriza la obra, llenan el formato e ingresamos aquí a una matriz que conjuntamente con obras públicas y fiscalización, se va a campo y se analiza si es factible realizar la obra solicitada, entonces vamos a la asamblea con todo y también tomamos fotografías, después de esto se llama a todos los vecinos de la parroquia, entonces cuando esta la demanda en el formato, firma el presidente y un delegado que se elige en la asamblea barrial y ambos van a la Asamblea Parroquial.

5. ¿Cómo se socializa el proceso de Presupuestos Participativos?

Nosotros tenemos un video que elaboramos para explicar que son los Presupuestos Participativos, para que sirven y este video es replicado por el vecino en la asamblea barrial. Y en la asamblea parroquial están los delegados de cada barrio de esa parroquia.

El vecino delegado tiene tres minutos para decir porque es importante ejercer su solicitud y debe ser priorizada para todos los vecinos de la parroquia y ellos

a través de la fotografía pueden tener una idea de la necesidad; esta Asamblea se realiza una vez al año y el proceso dura nueve meses.

6. ¿Cuáles son las principales demandas de esta Administración Zonal?

Movilidad Inteligente es todo lo relacionado con vías, adoquinado, bordillo, escalinata y con mejorando tu ciudad, trabajamos todo lo que es cerramiento de las áreas verdes, áreas comunales, baterías sanitarias, además viseras y graderíos, etc.

7. ¿Qué impacto ha tenido la conformación de las Asambleas de Presupuesto Participativo en la Administración Zonal Quitumbe?

La gente tiene mucha credibilidad en el proceso, porque ven que se ejecutan las obras; además dentro la asamblea se crea una comisión de seguimiento, por lo general con un delegado de cada obra que se está priorizando; se da un proceso de capacitación para que conozcan su rol de veedores, son los primeros fiscalizadores, están en el día a día del barrio y sabemos que si hay alguna cosa que no anda bien en la obra los vecinos enseguida nos ponen al tanto, también esta capacitación por parte nuestra, de cómo es el proceso en el portal de compras públicas, los tiempos y también sobre ordenanzas para que sea integral la mejora. Todos los vecinos de la parroquia, visitan cada una de las obras: antes de que se ejecute la obra, durante la ejecución de la obra y cuando finaliza, entonces realmente es un proceso democrático, en que tienen un verdadero rol de veedores y por eso tenemos una muy buena acogida con las personas.

8. ¿Qué estrategias sugiere utilizar para socializar el proceso de PP e incrementar el nivel de interés y Participación Ciudadana?

Yo creo que el video donde los vecinos cuentan como era su barrio antes y como ha logrado dinamizarse de manera organizativa y cambiar la imagen de

su barrio, eso es algo que impacta mucho, realizar una comunicación boca a boca, con hechos reales.

Que el propio beneficiario comente su situación y como mejoro luego de organizarse. Por otra parte el internet en este sector no tiene mayor acogida, por eso depende del sector para utilizar esa estrategia, pero si se puede utilizar flyers, por ejemplo cuando realizamos eventos, se encuentran las cuñas que explican que hemos hecho y este tipo de cosas. Se deben aprovecha todos los espacios que se tiene; por ejemplo, los fines de semana en la plaza grande se realizan eventos, en las paradas del trole, en general usar todos los espacios que se tienen en la ciudad e informar todo lo que se está haciendo. Siempre se necesitan más esfuerzos la gente no conoce lo que el Municipio realiza. Por ejemplo, en las zonas altas del camal metropolitano se ha hecho una inversión millonaria en agua potable y alcantarillado, que si bien es cierto el servicio potable alcantarillado va más allá porque se trata de salud, pero la gente del norte no conoce, ni la propia gente de aquí, hay que comunicar todo lo que se hace. Cada vez se hacen más obras, por las necesidades, pero sobretodo porque la gente se organiza y aporta.

Los Presupuestos Participativos son una herramienta de trabajo, no son una institución, han ayudado mucho porque la gente conoce el monto de dinero que se tiene para cada parroquia y en torno a ese dinero se trabaja. El dinero se destina a cada parroquia, dependiendo de distintos criterio como la población, el índice de necesidades básicas insatisfechas, cuánto va incrementándose la población en ese espacio, etc.

9. ¿Considera que son incluyentes las Asambleas de Presupuesto Participativo?

En nuestro caso las asambleas de Presupuesto Participativo tratan sobre todo el tema de vías, entonces es una necesidad tanto de los hombres, mujeres, de los niños y los jóvenes que están invitados al espacio de participación. Siempre tratamos de que asistan al espacio de participación un hombre y una

mujer o una persona adulta y un joven. Son pocos los que participan dentro de la Asamblea de Presupuesto Participativo, pero en la asamblea barrial participan todos y si es necesario que algunas personas de aquí, de la Administración asista para ayudar con la organización no tenemos problema y organizamos, pero también hay vecinos con más experiencia y han sabido organizarse entonces no nos invitan y no hay problema.

Las Asambleas parroquiales se las realizan una vez al año, esta vez lo haremos en noviembre para que en el próximo año los técnicos tengan enero febrero y marzo para hacer estudios y empieza a ejecutarse la obra. Son directrices que vienen desde la Secretaría de Coordinación, que todas las administraciones lo realicemos en noviembre o diciembre.

Administración Zonal Quitumbe

Katy Vera

Jefa de Gestión Participativa



Entrevista a Katy Vera, 2012.



Administración Zonal Quitumbe, 2012

ANEXO 6

Entrevista realizada a Julio Valdivieso - Administración Los Chillos

Administración Zonal los Chillos

Julio Valdivieso

Encargado de Participación

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaría de Coordinación Territorial y Administración Zonal los Chillos?

Entre la Secretaría de coordinación Territorial los encargados de Presupuestos Participativos son Luis Esparza y Gustavo Andrade, son quienes realizan la planificación de Presupuestos Participativos y si bien existe una metodología establecida, depende de cada Administración la aplicación y ejecución, por las realidades de cada parroquia, tanto rurales y urbanas. Es distinta la aplicación por los actores, lineamientos, necesidades, requerimiento, etc.

2. ¿Qué medio utiliza la Secretaría de Coordinación Territorial para comunicarse con las Administraciones Zonales?

Bueno al ser parte del Municipio, la Secretaria a través de reuniones permanentes nos informan lineamientos y toda la información que se genera, nos llega también vía correo electrónico y es muy importante que todas las administraciones zonales nos podamos reunir en un mismo espacio para discutir acerca de las metodologías a implementar año a año. Es muy importante la iniciativa de coordinación por parte de la Secretaria, también se organizan talleres y nos dan un constante seguimiento. Nosotros planteamos sugerencias, inquietudes y es importante la flexibilidad en las metodologías, pues nos adaptamos a nuestra realidad.

Hemos ido puliendo las estrategias, aunque el implementar este proceso todavía tiene mucho camino, para que se formalice y sea exitoso pues todas las demandas y requerimientos para los distintos sectores son importantes y para ellos son prioridades. En el sector público los presupuestos se ejecutan desde que existe financiamiento y eso es a partir de febrero, marzo, por lo que se van a realizar antes las asambleas, para no estar en apuros y poder culminar a tiempo las obras.

3. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la ciudadanía en el DMQ?

El proceso de participación es complejo porque las realidades y los actores son distintos. En un barrio para los habitantes su necesidad es la más importante y es la que se debe priorizar, por eso es un poco complicado, llegar a consensos entre los distintos barrios, pero así se va aprendiendo en la marcha.

Se han triplicado montos de inversión y aun así cada vez aumentan las demandas y este proceso de Presupuestos Participativos genera mucha expectativa, lamentablemente no hay una ciudad movilizada, actúan únicamente los barrios organizados donde hay actores como dirigentes barriales y los barrios que van cumpliendo sus demandas, se descuidan y dejan de participar, a pesar de que la lógica del crecimiento implica más demandas. Pero, si sería importante que todos se movilicen y participen y ya informados sean parte de estos procesos participativos. Además, ha aparecido una vocación democrática por parte de los barrios, por ejemplo en una parroquia se generan cuarenta demandas, pero no tenemos presupuesto para cumplir esas demandas, entonces se deben priorizar.

Anualmente se asigna un presupuesto para cada Administración Zonal y parte de ese presupuesto se lo destina a Presupuestos Participativos, bajo distintos criterios, principalmente: población, necesidades básicas insatisfechas. En lo posible se trata de distribuir el presupuesto de manera equitativa. Nos regimos

por la ordenanza Municipal 187, que se creó en el 2006, esta ordenanza establece que al menos el 40% del presupuesto de obras debe ser Presupuesto Participativo, nosotros estamos asignando alrededor del 60% para que sea participativo, decidido por la comunidad.

Hemos tenido varias intervenciones y cada vez hay más expectativa de la ciudadanía, las personas asisten a las asambleas en busca de obras, de mejoras para su sector; pero lamentablemente la priorización hace que unas obras sean más importantes que otras, por ejemplo dentro de la metodología se establece que en un barrio que no ha recibido intervención en tres años tenga un mayor puntaje, que un barrio que recibe intervención cada año.

4. ¿Cuáles son las principales demandas de esta Administración Zonal entre los programas de Movilidad Inteligente y Mejorando tu Ciudad?

Movilidad tiene que ver con todo lo relacionado a vías, bordillos, adoquinados, empedrados, trazados viales, planos de calles, etc. Mejorando tu ciudad, es todo lo que tiene que ver con infraestructura comunitaria, son obras en espacio público como cachas, parques, casas comunitarias. En esta administración, el tema de movilidad es más fuerte y el que más demandas tiene. El territorio de los Chillos, es un territorio en expansión, consolidación en crecimiento, es un sector rural y con crecimiento vertiginoso, por ejemplo en los últimos años en Conocoto ha habido una tasa de crecimiento de 3000 habitantes cada año son datos que os manejamos con juntas parroquiales y las demandas de movilidad cada vez son mayores.

5. ¿Cómo se socializa a la población de la Administración Zonal acerca del proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas?

Tenemos contacto directo con los Gobiernos parroquiales, con líderes que son legítimamente constituidos, electos por votación popular y con ellos se coordina

la socialización de Presupuestos Participativos. Se puede decir que manejamos una política de comunicación desde la propia administración, los medios por los que se comunica el Municipio, por ejemplo periódicos y revistas, radio Municipal; nosotros hacemos las invitaciones a partir de las juntas parroquiales. Los distintos tipos de Gobiernos con los que trabajamos, se quejan que por parte del Municipio hacia afuera y viceversa no existe una adecuada comunicación e información.

Lamentablemente es un proceso que no se ha difundido y causa mucha expectativa, pero aparte del eje comunicacional, faltan muchos esfuerzos más que hay que mejorarlos. Que todo el plan de desarrollo cuente con participación ciudadana y con el tiempo estoy seguro que será mejor, pues las personas tienen la oportunidad de formar parte de las decisiones de su gobierno y además de controlar el cumplimiento de los procesos y sumarse para que los proyectos se realicen exitosamente. Todavía estamos iniciando el proceso de crecimiento en la ciudadanía, necesitamos lograr que la ciudadanía participe de manera consciente, que entiendan la importancia de la organización, este proceso de Presupuestos Participativos busca que la gente aprenda a vivir de nuevo en comunidad, somos seres sociales y colectivos, es un gobierno de desarrollo que estamos impulsando y por eso se pretende rescatar la vida en colectivo, y aquí en las parroquias rurales, aun se ve ese sentido de comunidad, más que en la urbe, pues las comunidades se organizan para obras, mingas, fiestas, etc. Estas parroquias rurales son parte del Distrito Metropolitano de Quito, son el Quito rural, y esa mentalidad también se debe cambiar.

Administración Zonal los Chillos

Julio Valdivieso

Encargado de Participación Ciudadana



Entrevista realizada a Julio Valdivieso, 2012.



Administración Zonal Los Chillos, 2012

ANEXO 7

Entrevista realizada a Marcelo Aranda - Administración Eloy Alfaro

Administración Zonal Eloy Alfaro

Entrevista realizada a Marcelo Aranda

Jefe Zonal de la Unidad de Coordinación Territorial

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaría de Coordinación Territorial y Administración Zonal Eloy Alfaro?

Existen algunos antecedentes claros, primero el Municipio de Quito tiene un plan de ordenamiento en una planificación hasta el año 2022, estas iniciativas se encuentran dentro de una planificación, también hay un eje llamado Quito Participativo Democrático, que tiene la finalidad de desarrollar e implementar las herramientas, metodologías que tienen que ver con la participación; a propósito de la nueva constitución los organismos y la ciudadanía tienen nuevos espacios para poder participar generando un mayor activismo, una mayor sensibilización que produce una mayor capacidad de voluntariado desde la sociedad civil, es así que una de las herramientas que está dentro del código orgánico de ordenamiento territorial de la COOTAD es el tema de los Presupuestos Participativos, mismos que son esfuerzos conjuntos, entre sociedad civil y las instituciones; se demandan obras desde las instituciones, se realizan los análisis técnicos de realidades sociales, pero lo importante es que desde la comunidad se realizan consensos de las obras que se tienen que priorizar entonces, se estima una parte del presupuesto municipal para poder desarrollar estas conversaciones y consensos sobre en qué se debe invertir en las parroquias. Hay una metodología y un procedimiento que se establece y se debe responder, como lo son las demandas más urgentes, pero también las

más cotidianas que tienen las organizaciones en la comunidad, es decir, con respecto a la movilidad, al ambiente. Evidentemente también hay necesidades que se establecen, pero este año estamos priorizando el tema de movilidad. En este contexto, es necesario que las parroquias vayan fortaleciendo, mejorando y puliendo todo su potencial de trabajar en el aspecto de espacio público, que desde la administración central se denomina como desarrollar nuevas centralidades, a veces entendemos que las centralidades son solo espacios consolidados como el Centro histórico o los lugares más patrimoniales, pero incluso en los mismos barrios podemos identificar espacios donde convergen de comercio actividades deportivas, actividades culturales y hay una movilidad humana importante y esos son los espacios de centralidades que hay que fortalecer.

2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la ciudadanía en el DMQ?

Como avance es una metodología nueva, innovadora y sobre todo es una actividad que compromete a la ciudadanía y a las organizaciones a hacer propuestas. Las propuestas no son cualquier propuesta sino, que tiene que tener un asentamiento, una base el que parte del respaldo de la misma comunidad, ósea no es una propuesta que entrega solo el dirigente, deben ser consensuadas a nivel de asamblea. Recibimos demandas desde un barrio que es parte de una parroquia de un sector y que por tanto, tenemos miradas de diferentes organizaciones y dirigentes en el día a día; además, que consensuar todas las demandas permite acercamientos, entendimientos y permite también priorizar las obras. No en función de los intereses individuales, sino en función de todo el sector y eso es una virtud, mejorar también el entendimiento desde la ciudadanía, la acción de la atención pública esto se muestra evidentemente como un proceso mucho más democrático y transparente. Con este proceso, se evita los conocidos cabildeos, de cacicazgos, de acuerdos entre ciertos grupos, también clientelismos y así logramos procesos mucho más abiertos y democráticos con las organizaciones y los dirigentes. Por otra parte, las

limitaciones del sistema están en que a veces no tenemos todos los recursos que solicitan y se debe entender cuáles son los proyectos priorizados a desarrollar en una administración para poderlo considerar, por ejemplo a veces se piden casas barriales, pero no se encuentra en nuestras prioridades como lo es movilidad y espacios públicos, además otros temas a resolver, cómo administrar y gestionar muchas de las obras de infraestructura que tiene el Municipio con los habitantes, otra limitación tiene que ver con los tiempos de ejecución y entregar las obras a tiempo.

3. ¿Cómo se socializa a la población de la Administración Zonal acerca del proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas?

No es una convocatoria masiva abierta de difusión, el principal medio de comunicación son las reuniones de las Asambleas, además se trabaja con cuerpos colectivos organizados. Atendemos la preocupación que desde organizaciones, comités barriales e incluso desde mujeres, niños y jóvenes; es así que las entidades antes mencionadas son los espacios donde se discute, se habla y se va organizando el mecanismo de reestructuración de los Presupuestos Participativos. Evidentemente pueden presentar solicitudes individuales muchas personas, pero la idea es justamente no generar pedidos individuales, sino que todas estas preocupaciones individuales se vuelvan una necesidad mucho más colectiva.

4. ¿Considera que se deben utilizar otros medios para que más personas hagan valer sus derechos de participación?

Nos centramos únicamente en saber cuáles son los comités barriales y el tejido social que tenemos en los territorios, no son solo ese grupo de personas, entonces hay que ampliar las convocatorias, identificando claramente cuáles son todos los actores que intervienen en el territorio de manera organizada y en función de eso reestructurar las propuestas y estrategias de comunicación.

5. ¿Qué estrategias sugiere utilizar para que más gente pueda participar, identificando a todos los actores sociales?

Por ejemplo, se están conformando los grupos de diálogo que van más allá de la convocatoria de comités de un barrio, ya que también tenemos otros grupos tanto de hombres y mujeres de la tercera edad o mayores, que están participando y en las mesas de diálogo se pueden comunicar y ampliar la cobertura de los diferentes estudios realizados dentro de un territorio. Entonces hay que fortalecer y mejorar los mecanismos de seguimiento de los acuerdos con la comunidad. A nivel de asambleas sin importar la convocatoria, es muy importante el interés que debe tener la ciudadanía para participar en las convocatorias a nivel parroquial para realizar las obras; no se llama únicamente a los que han estado participando en una reunión de una u otra organización, sino a todo el sector, falta interés por parte de los ciudadanos para informarse.

Nosotros abrimos una convocatoria para una parroquia, pero es importante que participen quienes están informados y saben de qué vamos a discutir, qué problemas tenemos acá y lastimosamente ese no es la dinámica, pues tenemos organizaciones donde hay números importantes no de 40 o 50, si no de 200 personas que participan dentro de sus organizaciones y tienen más conocimiento del proceso, porque se está pidiendo esa obra, por qué se prioriza en ese sentido, debe haber esfuerzos conjuntos de las directivas.

6. ¿Cuáles son las principales demandas entre el programa de Movilidad Inteligente y Mejorando tu Ciudad?

Esto se refiere al tema de centralidades, aquí en el sur de Quito, esta Administración Zonal, en lo relacionado a Mejorando tu Ciudad, tiene como prioridades el reordenamiento, sobre todo a nivel de comercio del sector, comercio informal. En cuanto a Movilidad Inteligente nos preocupamos por el tema también de la señalética que es importante, por ejemplo aclarar la ubicación de las unidades de policía metropolitana, además del tema de los comités de seguridad todo esto ayuda a mejorar el tema de movilidad.

7. ¿Cómo se maneja la Comunicación entre esta Administración Zonal y la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación?

La Secretaría es el organismo rector y las diferentes administraciones rendimos cuenta a esta entidad, permanentemente tenemos reuniones para hacer análisis de temas económicos de situaciones de coyuntura sistemas de alarmas, etc. Ellos aterrizan este proceso y poco a poco lo vamos puliendo, a medida que se presentan distintas situaciones.

Administración Zonal Eloy Alfaro

Entrevista realizada a Marcelo Aranda

Jefe Zonal de la Unidad de Coordinación Territorial



Entrevista a Marcelo Aranda, 2012.



Administración Zonal Eloy Alfaro, 2012.

ANEXO 8

Entrevista realizada a Roque Jacho - Administración Eugenio Espejo

Administración Zonal Eugenio Espejo

Roque Jacho

Promotor de Gestión Participativa

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaria de Coordinación Territorial y cada Administración Zonal?

Bueno el proceso de Presupuestos Participativos, es un proceso democrático que permite a los ciudadanos de las parroquias de esta administración Zonal, decidir las obras a realizar. La Secretaria de Coordinación Territorial, precedida por Patricia Sarzosa, es la entidad que regula este proceso desde el Municipio, y establece los lineamientos y metodología que se aplica ya directamente en cada una de las Administraciones Zonales.

2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la ciudadanía en el DMQ?

Es un proceso que aún está en crecimiento, nuestra sociedad por naturaleza no ha sido participativa y es recién ahora que se invita a que los ciudadanos formen parte de los procesos y decisiones del Gobierno, entonces es un gran avance que se genere interés por parte de los ciudadanos, una de las dificultades, es que al ser relativamente un proceso nuevo y en especial en esta Administración Zonal, falta informar a la gente el derecho que tiene y que se genere interés. Además de estandarizar aún más el proceso y que sea más ordenado, pero eso se logrará con el tiempo y a colaboración de todos quienes formamos parte de la participación ciudadana.

3. ¿Cómo se socializa a la población de la Administración Zonal Eugenio Espejo acerca del proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las Asambleas?

Nosotros tenemos un contacto directo con los dirigentes barriales, que constantemente asisten a la Administración Zonal, además, repartimos material impreso y dentro de cada organización barrial se genera la socialización. Pero no manejamos comunicación masiva, ni internet, es más bien un contacto directo con las organizaciones, y nos basamos en lineamientos enviados desde la Secretaría.

4. ¿Cuáles son las principales demandas de esta Administración Zonal?

En la Administración Zonal Eugenio Espejo, se generan demandas de infraestructura como lo son parques, canchas, centros comunitarios infantiles y también en cuanto a viabilidad se maneja lo que son vías, viseras, bordillos. Pero al contar con once parroquias urbanas, que ya están en su gran mayoría consolidadas, por no decir todas, si se generan demandas, pero es obvio que no se comparan con parroquias rurales, que están en desarrollo y surgen muchas más demandas, además las parroquias rurales al tener más necesidades se organizan de mejor manera y ven por su colectividad, hecho que no ocurre en esta administración zonal.

5. ¿Qué impacto ha tenido la conformación de las Asambleas de Presupuesto Participativo?

La verdad ha sido muy importante la participación de la ciudadanía en este proceso de presupuestos participativos, se conforma la Asamblea Parroquial, para priorizar las obras que han demandado los distintos barrios y si hay asistencia a las Asambleas por parte de los ciudadanos, pero considero que aún falta motivar a la gente, para que este realmente interesada en formar parte de las decisiones públicas y controlen el cumplimiento de los procesos,

falta gente que se encuentre realmente motivada y socialice en sus comunidades este proceso, que los ciudadanos se organicen y entiendan la importancia de la unión de la colectividad para alcanzar fines en bienestar de todos y sobretodo generar una real democracia Participativa, en parroquias urbanas es muy complicado.

6. ¿Qué estrategias sugiere utilizar para socializar el proceso de PP e incrementar el nivel de interés y participación ciudadana?

Creo que es muy importante generar una campaña para que la gente conozca y sobretodo aprenda de este proceso de participación que el Municipio, dé a conocer todas las obras y avances que se han generado a partir de la implantación de este proceso. Y así motivar para que más ciudadanos estén interesados en participar y formar parte de las asambleas. Se debe usar el espacio público para socializar lo que se hace, además sería muy interesante usar medios impresos, radio, tv, espacio público, etc.

Administración Zonal Eugenio Espejo

Roque Jacho

Promotor de Gestión Participativa



Administración Zonal Eugenio Espejo, 2012.

ANEXO 9

Entrevista realizada a Byron Cevallos – Administración Calderón

Administración Zonal Calderón

Entrevista realizada a Byron Cevallos

Promotor de Gestión Participativa

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre las Secretaría de Coordinación Territorial y esta administración zonal Calderón?

La idea del Presupuesto Participativo viene desde la Constitución 2008, donde la participación ciudadana entra dentro de una ley transversal en toda la ciudadanía desde ahí, se tiene previsto que el Presupuesto Participativo sea el 40% del presupuesto total del Municipio, el cual se distribuye para que la comunidad decida qué hacer con ese presupuesto, el restante de ese presupuesto es para designación directa, para obras de impacto directo; ese porcentaje está intervenido en dos programas que son: el de viabilidad o movilidad inteligente y el programa de mejoramos tu ciudad, o también se le conoce como centralidades.

En las Asambleas de Presupuestos Participativos se realiza una por cada parroquia en el caso de Calderón tenemos dos parroquias rurales que son la de Calderón y la parroquia de Llano chico.

2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la gente en esta Administración Zonal?

Hay un avance significativo, por qué se ha logrado consolidar un gran número de personas que están activas y son parte de la Administración Zonal en la

gestión que se realiza gracias a varias organizaciones tanto con mujeres, con jóvenes con dirigentes barriales, organizaciones sociales como economía solidaria y está permitido que se tenga un amplio nivel de participación en la administración zonal. Esto ha hecho que varias personas vayan apoderándose de acciones que tenemos, como por ejemplo, el tema de obras públicas por lo que se ha creado comisiones de seguimiento. A lo que respecta a las dificultades entre lo que es el tema cultural, todavía existe un rezago de desconfianza y eso no es sólo a nivel interno sino a nivel nacional ya que todavía no existe el interés de muchas personas ya que creen muchas veces que es perder el tiempo.

3. ¿Cómo se socializa a la población de la Administración Zonal Calderón acerca del Presupuesto Participativo, que medios de comunicación se utilizan?

Lo que se realiza es receptor demandas de todos los dirigentes barriales, con esto vamos haciendo una consolidación de información, luego invitamos a todos los dirigentes de los barrios, alrededor de 372 barrios y realizamos una socialización del Presupuesto Participativo y lo que hacemos es explicar los lineamientos del Presupuesto Participativo. Con esto invitamos a que los dirigentes se organicen en sus barrios, para hacer las demandas pertinentes, actualmente no utilizamos lo que es un medio de comunicación, anteriormente si los utilizábamos pero en la actualidad no lo hacemos. Pero, existe aceptación por parte de los dirigentes siempre están pendientes y saben de qué se trata este proceso.

4. ¿Cuáles son las principales demandas entre movilidad inteligente y mejorando tu ciudad?

Las principales demandas son los adoquinados, ya que Calderón es una de las zonas de Quito que ha sido más excluida con respecto a lo que es movilidad. Por lo que hay varias obras que están en proceso y existe un gran presupuesto para la realización de las mismas.

5. ¿Qué impacto ha tenido la conformación de las Asambleas de Presupuesto, existe más aceptación por parte de la gente, más asistencia a las asambleas?

La Asamblea de Presupuesto Participativo no es una invitación abierta, es de alguna manera seleccionada en donde participan actores estratégicos, quienes tienen alguna petición en especial ya que no es una asamblea de información sino una asamblea de decisión, por lo que hay bastante aceptación por parte de las personas de igual forma es algo que se está construyendo, todavía no se ha ido desarrollando pero se está avanzando a grandes pasos.

Hay una metodología, existen varios ciudadanos que se juntan de acuerdo a sus necesidades y logran priorizar las obras, de igual forma existen criterios de priorización, por ejemplo: cuál es la población beneficiada, cuál es el nivel de participación y organización del barrio cuánto es el número de habitantes, cuántos barrios se han puesto de acuerdo al tema de congestión y organizar para hacer también un aporte para la obra con estos criterios se va definiendo y se va puntuando para lograr definir las obras.

6. ¿Qué estrategias de comunicación recomienda usar para informar más a la gente y se cree una verdadera democracia participativa?

Es importante dar más fuerza a este proceso, vinculando más a las personas y haciendo este proceso más transparente. Otro medio podría ser utilizar las radios comunitarias, por parte de los mismos grupos y organizaciones que están vinculados con este tema, y de esta forma poder ampliarse más, no sólo con los temas de obras públicas sino dar otros enfoques como el enfoque de género, del tema ambiental y lograr abarcar muchos otros temas.

7. ¿Para formar parte de las asambleas hay algún requisito en especial?

Hay un requisito, es presentar una solicitud con la demanda que solicitan, de igual forma presentar firmas de respaldo, ser barrios regulares.

Administración Zonal Calderón

Entrevista realizada a Byron Cevallos

Promotor de Gestión Participativa



Entrevista a Byron Cevallos, 2012.



Administración Zonal Calderón, 2012.

ANEXO 10

Entrevista realizada a María del Pilar González – Administración Tumbaco

Administración Zonal de Tumbaco

Entrevista realizada a María del Pilar González

Coordinadora de Territorio

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de presupuestos participativos entre la Secretaría de Coordinación Territorial y Administración Zonal Tumbaco?

Lo que se hace es realizar reuniones de la Secretaría y la administración dando lineamientos de lo que debe seguir. Y de acuerdo a la ordenanza, cuando del proceso de presupuestos participativos son reuniones que la secretaria es la que organiza, por lo que no hay un tiempo si no se planifica

2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la ciudadanía en el distrito metropolitano de Quito enfatizando la Administración Zonal Tumbaco?

Aquí en la Administración Zonal, tenemos un poco de dificultades con la coordinación de junta parroquial, pues tenemos ocho parroquias son todas rurales, tenemos los gobiernos autónomos descentralizados, es así que trabajamos en conjunto con ellos y ellos también tienen una planificación, por lo que nosotros tenemos que estar en concordancia con el tiempo con junto con administración y con el distrito por lo que esto complica un poco el proceso de participación ciudadana.

3. ¿Cómo se socializa la Administración Zonal Tumbaco acerca del proceso de Presupuestos Participativos y conformación de las asambleas que medios de comunicación se utilizan?

Socializamos en las reuniones que tenemos con las juntas parroquiales, dentro de las pre asambleas, antes de llegar a las asambleas con los barrios, pero no utilizamos lo que son medios de comunicación.

4. ¿Considera que es necesario utilizar medios de comunicación para que la gente conozca y quiera participar, generando así una mayor Democracia Participativa?

Sí, sería bueno utilizar medios de comunicación aunque tomando en cuenta que aquí en la zona rural hay otros medios más efectivos como los flyers y charlas, porque no todos tienen acceso a lo que es televisión o medios de comunicación masivos.

5. ¿Cuáles son las principales demandas de esta administración zonal en cuanto a los programas de Movilidad Inteligente y Mejorando tu Ciudad?

Las demandas sobre todo aquí en la zona, son de mejoramiento de las vías y áreas verdes porque en esta zona es un poco escaso lo que son las áreas verdes.

6. ¿Qué impacto ha tenido la conformación de las Asambleas de Presupuesto Participativo

Siempre han existido asambleas de Presupuesto Participativo con la administración. Lo que se ha logrado es generar impacto con la junta parroquial, se ha generado cercanía con la sociedad, siempre están interesados en este proceso.

7. ¿Qué estrategias sugiere utilizar para socializar el proceso de Presupuestos Participativos e incrementar el nivel de interés de la participación ciudadana?

Lo más importante son los acercamientos con la con la comunidad directa, explicarles cómo funciona y la importancia de la participación en la comunidad, realizando convocatorias en general.

La convocatoria es un trabajo en conjunto con la junta parroquial, yendo personalmente a la zona, invitándoles, comunicándonos vía telefónica, etc.

Administración Zonal de Tumbaco

Entrevista realizada a María del Pilar González

Coordinadora de Territorio



Entrevista Ma. de, Pilar González, 2012.



Administración Zonal Tumbaco, 2012.

ANEXO 11

Entrevista a Enrique Quito – Asamblea de Presupuesto Participativos

Administración Zonal Centro

Entrevista realizada a Patricio Santos

Gestor local de Participación

Entrevista

1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaría de coordinación territorial y la administración Zonal Centro?

Relacionando los presupuestos participativos sólo maneja desde la óptica ciudadana a través de la ordenanza 187 de gestión participativa.

2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la gente en esta Administración Zonal?

La Administración Zonal Centro, viene trabajando alrededor de diez años en el tema de participación y en el contexto de Presupuestos Participativos, se ha ido trabajando y se ha establecido una metodología, para tratar de suplir las distintas necesidades que se generan en la zona centro.

3. ¿A través de qué medios socializa y se da a conocer el proceso de Presupuestos Participativos en esta Administración Zonal?

En la zona Centro están constituidos los comités de gestión y a través de estos, entabla una relación con la comunidad para generar participación ciudadana.

4. ¿Cuáles son las principales demandas entre el programa de Movilidad Inteligente y Mejorando tu Ciudad?

Mejorando tu Ciudad, se refiere a construcción de parques, aceras de los bordillos, también recuperación de parques herramientas de terrenos construcción de canchas en el contexto de movilidad inteligente está dada en la relacionada a vías, adoquinados, rehabilitación de escalinatas y en fin algunas solicitudes.

5. ¿Qué impacto ha tenido la conformación de las Asambleas de Presupuestos Participativos en esta Administración Zonal?

Debido a una experiencia de diez años, se ha manejado muy bien el proceso en comparación a otras administraciones que recién lo implementan, la gente está involucrada bastante con relación a participación ciudadana.

6. ¿Qué estrategias y medios de comunicación sugiere usted utilizar para que más gente participe de este proceso y haya una verdadera Democracia Participativa?

Hay que crear un plan comunicacional, para que la gente se apropie de lo que participación, a través de varios canales socializar la nueva la constitución y la ley de participación ciudadana, tenemos que llegar a lo que sería el quinto poder, pero desde la gente hacia el Gobierno; tendríamos que unirnos todos para que la gente se involucre y esté informada acerca de lo que participación ciudadana y puedan ser parte de procesos como el de Presupuestos Participativos.

Administración Zonal Centro

Entrevista realizada a Patricio Santos
Gestor local de Participación



Entrevista Patricio Santos 2012.



Administración Zonal Centro 2012.

ANEXO 11

Entrevista a Enrique Quito – Asamblea de Presupuesto Participativos

Asamblea de Presupuesto Participativo.

Enrique Quito

Dirigente Barrial

Entrevista

1. ¿Cuál es la labor de las Asambleas de Presupuesto Participativo?

La labor de las organizaciones es dar a conocer a toda la ciudadanía el modo de trabajar de todas las asambleas para los presupuestos, ya sea con obras y diferentes proyectos para el desarrollo de los distintos sectores, en las Asambleas ponemos en práctica, nuestro derecho de decidir y participar.

2. ¿Cómo se conforman las Asambleas de Presupuesto Participativo, es decir, cuáles son los requisitos para ser parte de una de las Asambleas?

En primer lugar es acudir a las reuniones que se hacen a nivel barrial y de ahí elaborar los presupuestos para el sector, a través de un conceso con toda la gente del barrio y así priorizar las obras en la Asamblea, pero cualquiera puede asistir.

3. ¿Por qué decidió ser parte de la Asamblea de Presupuesto Participativo?

Porque hoy es el momento en el cual los ciudadanos deben participar y tratar de solucionar estos pequeños inconvenientes que se tienen en los barrios. Y sobre todo que la misma gente decida qué hacer con nuestro dinero, que el

Municipio conozca nuestras necesidades y hacer valer nuestro derecho de participación.

4. ¿A través de que medio usted se enteró de este proceso y cuál sería su recomendación para darlo a conocer?

Mediante reuniones con las administraciones donde nos brindaron charlas y capacitaciones para de ahí ir formando los proyectos y porque un vecino también lo había comentado, creo que deberían difundir este importante proceso por medio de propaganda en televisión y las radios, el periódico, etc. Lo que la gente ve.

5. ¿Cuáles son los beneficios y dificultades de las Asambleas de Presupuestos Participativos?

Las dificultades podrían ser que los barrios no participan los dirigentes de cada sector no aportan asistiendo a las reuniones, no se toma a veces en serio al proceso, y los beneficios es que es un proceso real, que de verdad funciona y se demuestra con obras.

6. ¿En las Asambleas obtienen información directamente de la Secretaría de Coordinación Territorial o de la Administración Zonal?

De la Administración Zonal nos brindan toda la información para nosotros poder ir priorizando lo que son las obras y como lo debemos hacer, pero tengo entendido que seguimos lineamientos de la Secretaría.

7. ¿Cuál es su sugerencia, para que más gente conozca de este proceso de Presupuestos Participativos y los ciudadanos quieran participar?

Sería bueno entregar más información capacitación y así habrá más interés por parte de los compañeros dirigentes. Y hacer algo para que toda la ciudadanía se informe y haga valer sus derechos de decidir en lo público.

ANEXO 12
Compendio Entrevistas

Administración Zonal / Preguntas	1. ¿Cómo se maneja el proceso de Presupuestos Participativos entre la Secretaría de Coordinación Territorial y la Administración Zonal?	2. ¿Qué avances y dificultades ha tenido la participación de la ciudadanía en el DMQ?	3. Desde la Secretaría que ud maneja, que esfuerzos comunicacionales se han realizado, para aumentar la conciencia de participación en la ciudadanía.	4. ¿Cuáles son las principales demandas de esta Administración Zonal?	5. ¿Qué impacto ha tenido la conformación de las Asambleas de Presupuesto,	6. ¿Qué estrategias sugiere utilizar para socializar el proceso de PP e incrementar el nivel de interés y participación ciudadana?	7. ¿Son incluyentes los procesos de Participación Ciudadana?
Eugenio Espejo	La Secretaría de Coordinación Territorial emana las directrices en torno a la ejecución del Presupuesto Participativo	Es un proceso que aún está en crecimiento	Contacto directo con los dirigentes barriales	Demandas de infraestructura como lo son parques, canchas, centros comunitarios infantiles	La verdad ha sido muy importante la participación de la ciudadanía	Sería muy importante generar una campaña	Falta gente que se encuentre realmente motivada y socialice en sus comunidades
Manuela Sáenz	maneja desde la óptica ciudadana a través de la ordenanza 187 de gestión participativa.	Se ha ido trabajando y se ha establecido una metodología	Relación con la comunidad	Mejorando tu Ciudad, se refiere a construcción de parques, aceras de los bordillos	La gente está involucrada bastante con relación a participación ciudadana	Hay que crear un plan comunicacional	
Eloy Alfaro	Quito Participativo Democrático que tiene la finalidad de implementar las herramientas, metodologías participativas	Es una metodología nueva, falata que la gente conozca.	Por medio de las reuniones de las Asambleas de las organizaciones	Mejorando tu Ciudad, tiene como prioridades el reordenamiento		Hay que fortalecer y mejorar los mecanismos de seguimiento	Participan varios actores sociales
La Delicia	la Secretaría de Coordinación Territorial emana las directrices en torno a la ejecución del Presupuesto Participativo	Existe un problema en los niveles de participación	A través de oficios	Las centralidades		Se debe generar más expectativa	La participación de la mujer es bien destacada, en casi todos los procesos
Calderón	La idea del Presupuesto Participativo viene desde la Constitución 2008, donde la participación ciudadana entra dentro de una ley transversal	Todavía existe un rezago de desconfianza y eso no es sólo a nivel interno sino a nivel nacional	Invitamos a todos los dirigentes de los barrios	Las principales demandas son los adoquinados	Participan actores estratégicos, quienes tienen alguna petición en especial	Utilizar las radios comunitarias y medios de comunicación	
Quitumbe	la Secretaría de Coordinación Territorial emana las directrices en torno a la ejecución del Presupuesto Participativo	La gente participa, se organiza porque hay un requerimiento, una necesidad	Se entrega a la comunidad los formatos	Movilidad Inteligente es todo lo relacionado con vías	La gente tiene mucha credibilidad en el proceso	Se debe realizar una comunicación boca a boca	Si, son incluyentes
Tumbaco	la Secretaría de Coordinación Territorial emana las directrices en torno a la ejecución del Presupuesto Participativo	Dificultades con la coordinación de junta parroquial	Reuniones con las juntas parroquiales	Son de mejoramiento de las vías y áreas verdes	Se ha generado cercanía con la sociedad	Usar flyers y charlas, porque no todos tienen acceso a lo que es televisión	Falta una participación más activa
Chillos	la Secretaría de Coordinación Territorial emana las directrices en torno a la ejecución del Presupuesto Participativo	Es complejo porque las realidades y los actores son distintos	Periódicos y revistas, radio Municipal	Movilidad tiene que ver todo lo relacionado con vías	Lamentablemente es un proceso que no se ha difundido	No existe una adecuada comunicación e información, se debe elaborar un plan	

ANEXO 13

LOGO Y SLOGAN



ANEXO 14

MANUAL CORPORATIVO



Manual de Identidad Corporativa

0. Normas de utilización

■ Cómo usar este Manual de identidad Corporativa.

El Manual de Identidad Corporativa de **Presupuestos Participativos** es un compendio de normas de uso que aspiran a ser a la vez rigurosas pero fáciles de cumplir.

A estas normas de uso se añaden los correspondientes ejemplos y modelos de cada una de las piezas gráficas básicas, listas para una correcta reproducción.

Este Manual de Identidad Gráfica debe ser apreciado por sus usuarios como lo que es un aliado, un valioso instrumento que facilita la comunicación.

Los contenidos de este Manual no podrán ser modificados en ningún caso, reservándose la posibilidad de ampliaciones o futuras nuevas aplicaciones.

■ Límites en el uso de las piezas de la Identidad Gráfica.

Los logotipos, slogan y las distintas piezas creadas para la identificación y difusión de Presupuestos Participativos y de sus distintas áreas de actividad sólo podrán ser utilizados, en cualquiera de las formas que prevé este Manual.

■ Terminología básica

La síntesis de la Identidad Corporativa que se define en este Manual reúne los principios básicos de fácil lectura por la tipografía y simbología empleada y poder ser transmitida a través de todos los medios de comunicación visual. Su diseño permite distinguir de cualquier otra empresa similar confiriéndole una imagen particularizada.



1. Identidad Corporativa



■ 1. Identidad Gráfica de la Marca

La Marca corporativa está compuesta por dos elementos:

■ 1.1 Logotipo



■ 1.2 Símbolo

Aunque forma parte del logotipo, se podrá utilizar parte del logotipo como elemento gráfico e identificativo para diferentes aplicaciones gráficas y de diseño.



■ 1.3 Construcción Gráfica de la Marca



2. Colores Corporativos



■ 2.1 Normas para el uso de los colores corporativos

Siempre que sea posible, la marca debe aparecer a todo color. En este caso se utilizarán los colores corporativos.

Para la aplicación de los colores corporativos, se ha de buscar la referencia pantone o sus correspondencias en cuatricromía para la reproducción en imprenta.



 C: 0 / M: 94,64 / Y: 91,63 / K: 0

 C: 93,41 / M: 74,58 / Y: 0 / K: 0

 C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0

■ 2.2 Versión a una tinta

En determinados soporte gráficos de uso muy frecuente no es posible la representación gráfica de la marca en sus colores corporativos. Son representaciones que requieren el uso de un solo color.

Positivo



Negativo



Negativo



Grises



3. Tipografía



3.1 Tipografía Corporativa

Con el fin de mantener la uniformidad y coherencia en todos los comunicados de Presupuestos Participativos, se ha seleccionado el tipo Century Gothic ya que es afín a la marca y de fácil lectura.

Century Gothic REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&/'()*=?@^*Ç"

Century Gothic REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&/'()*=?@^*Ç"

4. Usos Incorrectos



4.1 Usos incorrectos de la marca



No distorsionar ninguno de los elementos



No alterar la disposición de los elementos



No suprimir o añadir elementos

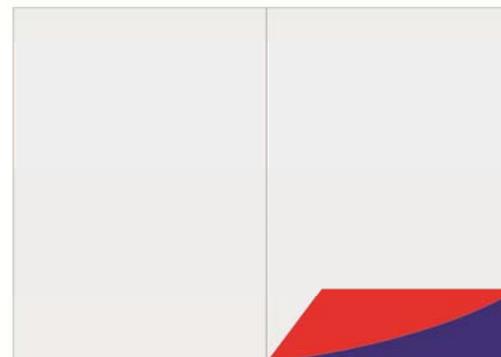
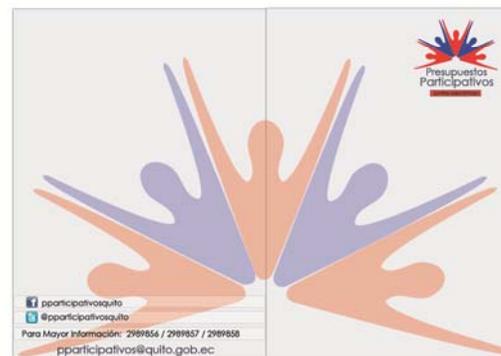
5. Aplicaciones Papelería



■ 5. Papelería

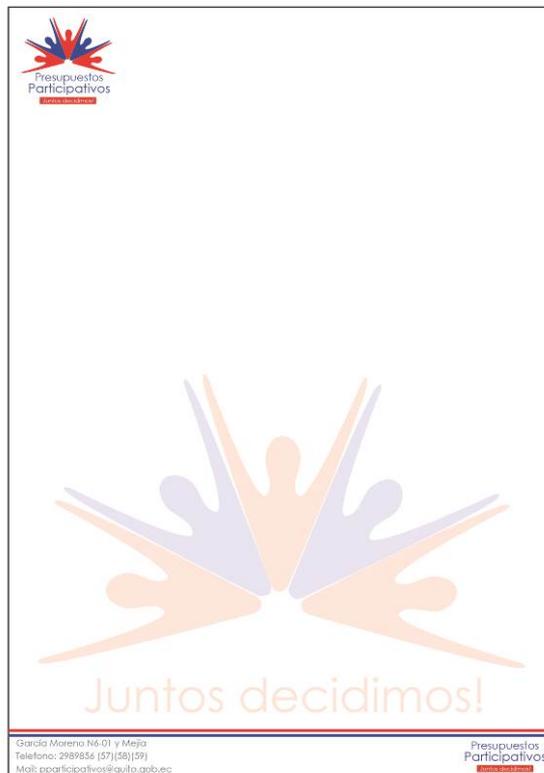
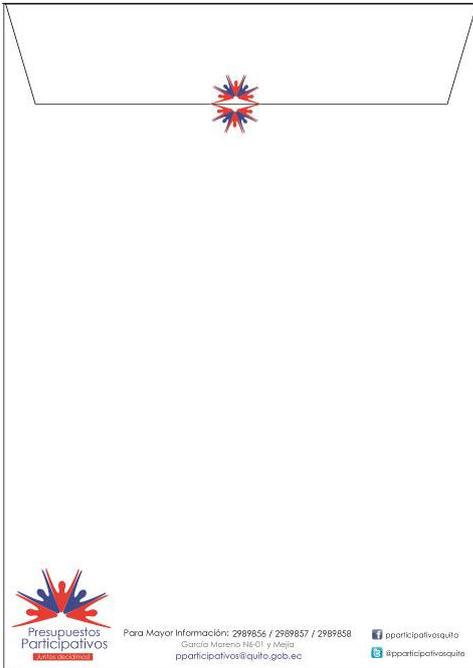
En esta sección se presenta los diseños de los componentes en papelería. Como norma general, la impresión se realizará a dos tintas, que son las corporativas de la marca.

Carpetas



ANEXO 15

PAPELERÍA



ANEXO 16

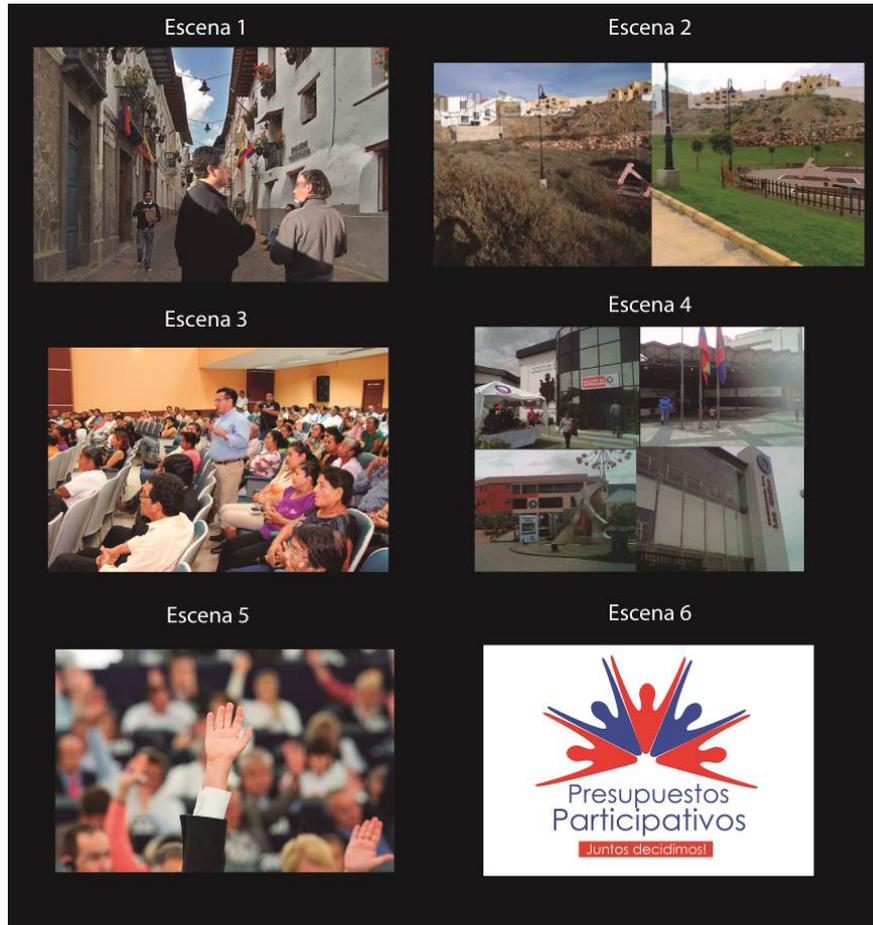
ROLL UP



ANEXO 17

TV

Pautaje e Story Board



Inversión en TV

Canales	Horarios	Dias	Spots x semana	Costo x Spot \$	Inversion Semanal \$	Inversion Mensual \$
RTS	20:00	LMMJV	5	1300	6500	26000
Gama	21:00	D	3	900	2700	10800
TC	20:00	LMMJV	5	840	4200	16800
Telerama	19:00	D	2	300	300	1200
Ecuador TV	19:00	LMMJV	5	260	1300	5200
TOTAL			20	3600	15000	60000

ANEXO 18

RADIO

Inversión Radio

Radio	Horario Rotativo	Costo por Cuña \$	Cuñas Semanales	Inversión Semanal \$	Inversión x 6 semanas \$
Sonorama	06:00 a 19:00	16	14	224	1344
Pública	06:00 a 19:01	17	14	238	1428
Municipal	06:00 a 19:02	0	35	0	0
Centro	06:00 a 19:03	13	10	130	780
América	06:00 a 19:04	16	14	224	1344
FM Mundo	06:00 a 19:05	15	14	210	1260
Ecuashyri	06:00 a 19:06	14	10	140	840
Canela	06:00 a 19:07	18	14	252	1512
Rumbera	06:00 a 19:08	17	10	170	1020
TOTAL			135		9528

ANEXO 19

ANUNCIO DE PRENSA



Presupuestos Participativos

Juntos decidimos!

Esríbenos a:

pparticipativos@quito.gob.ec

Para mayor información:

Visita a tu Administración Zonal mas cercana



Síguenos en:

 [pparticipativosquito](https://www.facebook.com/pparticipativosquito)

 [@pparticipativosquito](https://twitter.com/pparticipativosquito)

Inversión Periódicos

Periódico	Ubicación	Color	Medidas	Costo x aviso \$	Avisos	Inversión \$
Ultimas Noticias	1/4pag	FC	12.3x15.76	400	8	3200
El Quiteño	1/4pag	FC	12.3x15.76	0	4	0
TOTAL					12	3200

ANEXO 20

FLYER



Todo ciudadano residente en el Distrito Metropolitano de Quito tiene el derecho a participar en el proceso de formulación, planeamiento, ejecución, seguimiento y control de planes, programas, proyectos orientados a satisfacer sus necesidades y aspiraciones, así como en la evaluación y recepción de la rendición de cuentas del MDMQ



Síguenos en:

 pparticipativosquito

 @pparticipativosquito

ANEXO 21

TRÍPTICO

Tiro



¿Qué es el proceso de Presupuestos Participativos?

El Presupuesto Participativo es un proceso de democracia directa y voluntaria, en el que el pueblo discute y decide sobre el presupuesto y las políticas públicas. Los ciudadanos deciden las prioridades de gastos y controlan la gestión del Gobierno, convirtiéndose parte de la gestión pública.



García Moreno N4-01 y Mejía
Teléfono: 2989856 (571) (58) (59)
pparticipativos@quito.gob.ec

Siguenos en:
 pparticipativosquito
 @pparticipativosquito




Juntos decidimos!

Retiro

¿Cómo funcionan las Asambleas de los Presupuestos Participativos?	Programas para el proceso de Presupuestos Participativos en Quito	La estructura Orgánica de los Presupuestos participativos en el DMQ, es la siguiente:
<p>En las Asambleas de Presupuestos Participativos los ciudadanos priorizan las obras, los proyectos, los servicios o los programas que se ejecutarán, con el presupuesto otorgado por parte del Municipio a cada Administración Zonal, durante todo el año, el cual es evaluado de acuerdo a los ingresos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.</p> <p>Los pasos a seguir para formar parte de una Asamblea de Presupuesto Participativo, son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inscribirse 2. Reunirse en las asambleas 3. Enterarse sobre la asignación de presupuestos 4. Priorizar las obras segun el presupuesto 5. Socializar las obras priorizadas 	<p>Movilidad Inteligente: Programa que cubre todas las obras relacionadas con las vías locales y de interconexión barrial.</p> <p>Mejorando tu ciudad: Programa que cubre las necesidades de obras como lo son: parques, plazas, graderíos, baterías sanitarias, viseras, canchas, juegos, cerramientos, reparación de infraestructura comunitaria, etc.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Programa 1 Movilidad Inteligente</p> <p>Monto máximo por cada obra: \$40.000,00</p> <p>Bordillos, aceras, adoquines, sarafios, empedrados, escalinatas, pasos peatonales, reductores de velocidad, etc.</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Programa 2 Mejoramos Nuestra Ciudad</p> <p>Monto máximo por cada obra: \$35.000,00</p> <p>Cerramientos, caminos, juegos infantiles y otros similares correspondientes a equipamiento de parques, áreas verdes, plazas (Espacio Público).</p> </div> </div>	<div style="text-align: center;"> <p>Alcaldía Metropolitana del DMQ</p> <p>Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> Administración La Delicia Administración Eugenio Espejo Administración Manuela Sáenz Administración Eloy Alfaro Administración Qulumbi Administración Calderón Administración Tumbaco Administración los Chillos <p>Las Administraciones Zonales establecerán un porcentaje de su inversión, a ser discutido, decidido y ejecutado, en función de las prioridades fijadas por la comunidad y/o en base a específicos acuerdos de gestión compartida.</p>

ANEXO 22

PERFIL DE FACEBOOK

The image shows a screenshot of a Facebook profile for 'Presupuestos Participativos'. The profile picture is a colorful illustration of a group of diverse people gathered around a table, looking at a document titled 'PRESUPUESTO'. The cover photo is a logo for 'Presupuestos Participativos' with the text 'Municipio de Quito' and 'Presupuesto Participativo'.

facebook Buscar personas, lugares y cosas

Presupuestos Buscar amigos Inicio

Te presentamos tu biografía
Aquí es donde puedes recopilar y compartir fotos, experiencias y eventos importantes que cuentan tu historia en Facebook.
Haz este rápido recorrido para obtener más información de su contenido y cómo usarlo. Haz clic aquí para obtener más información

Empezar el recorrido

Ahora
2013
Nacimiento

Presupuestos Participativos Actualizar información Registro de actividad

Añadir colegio o instituto
Añade tu ciudad de origen
Ha trabajado en Municipio de Quito
Vive en Quito

Información Amigos Fotos Mapa 1 Me gusta

Estado Foto Acontecimiento importante

¿Qué estás pensando?

Actividad Hace poco

Presupuestos ha añadido un trabajo en Municipio de Quito a su biografía.

Chat

ANEXO 23

CÓDIGO QR



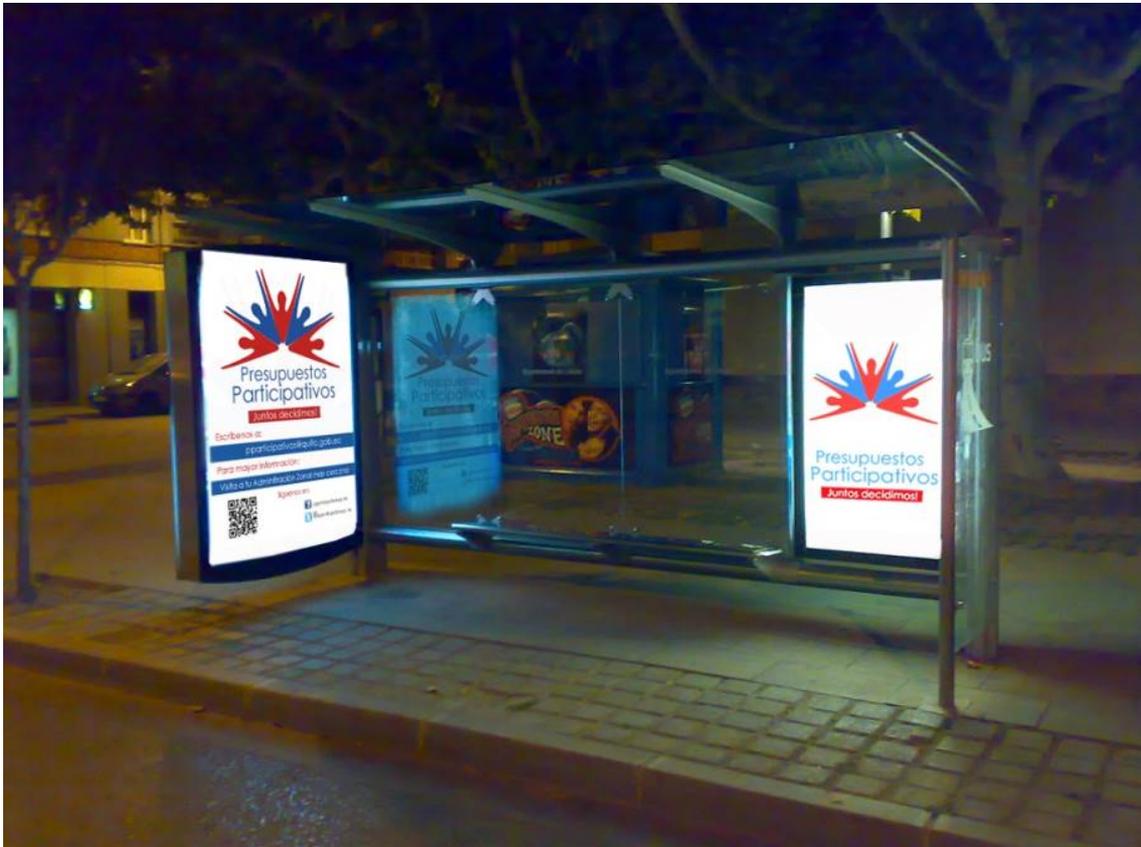
ANEXO 24

BUSES



ANEXO 25

PARADAS



ANEXO 26

PALETAS



<http://crativosonline.org>

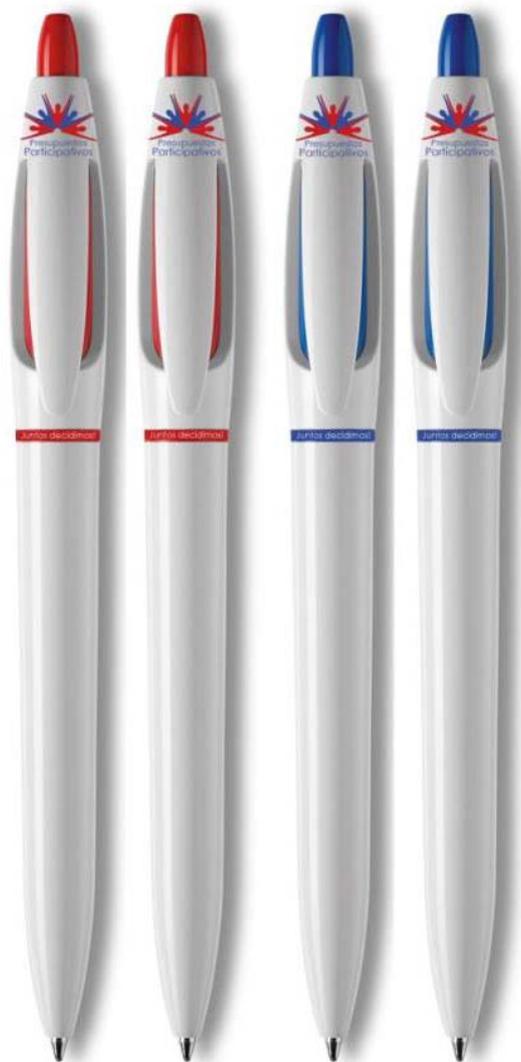
ANEXO 27

BOULEVARDS



ANEXO 28

ESFEROS



ANEXO 29

PULSERAS

