



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN ARTES Y HUMANIDADES  
RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**APLICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LOS GAD MUNICIPALES  
POR MEDIO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA LA  
NOTORIEDAD PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE OTAVALO.**

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL.

AUTORA:

EVELYN ANDREA ANDRADE RENGIFO

DIRECTORA:

MSC. GABRIELA GARCÍA MORENO

QUITO-ECUADOR  
SEPTIEMBRE, 2017

## FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

### PROYECTO DE TITULACIÓN

| DATOS DE CONTACTO    |                                |
|----------------------|--------------------------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 100416834-8                    |
| APELLIDO Y NOMBRES:  | ANDRADE ANDREA                 |
| DIRECCIÓN:           | MODESTO JARAMILLO Y PIEDRAHITA |
| EMAIL:               | aandrade_er91@hotmail.com      |
| TELÉFONO FIJO:       | 062 921 220                    |
| TELÉFONO MOVIL:      | 0979097197                     |

| DATOS DE LA OBRA                             |  |
|--|--|
| TITULO:                                      | APLICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LOS GAD MUNICIPALES POR MEDIO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA LA NOTORIEDAD PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE OTAVALO.  |
| AUTOR O AUTORES:                             | ANDRADE RENGIFO EVELYN ANDREA  |
| FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN: | 19/09/2017   |
| DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:         | Msc. GABRIELA GARCÍA MORENO  |
| PROGRAMA                                     | PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>   |
| TITULO POR EL QUE OPTA:                      | LICENCIADA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  |
| RESUMEN: Mínimo 250 palabras                 | Tomando como punto de partida la importancia en la actualidad de la comunicación en las instituciones públicas como privadas se ha desarrollado esta investigación que servirá como un aporte tanto en lo académico como en lo profesional.<br>Motivo por el cual, el presente proyecto de |

|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | <p>tesis, está constituido por cuatro capítulos, en la cual, el primer capítulo nos habla sobre la comunicación y sus modelos, al mismo tiempo de la comunicación política, opinión pública, notoriedad pública y sobre todo el manejo de Relaciones Públicas en los GAD Municipales del Ecuador.</p> <p>El segundo capítulo que consta de información institucional recabada durante el transcurso de realización de este proyecto, que ha ayudado mucho para llegar a un diagnóstico real de la situación actual de la institución, el cual es muy importante para la realización y avance de un siguiente capítulo, un tercer capítulo enfocado en la investigación cualitativa y cuantitativa tanto de la Municipalidad del cantón Otavalo, como de la percepción de su público objetivo a la misma.</p> <p>Finalmente llegando al cuarto capítulo que es la propuesta de un plan de comunicación que permita la Notoriedad Pública para el Municipio de Otavalo. Tomando en consideración que en esta institución nunca antes ha sido aplicado ningún proyecto referente a la comunicación, por lo que se ha visto necesario trabajar en un proyecto de esta magnitud con el fin de ayudar a generar una opinión pública favorable para la institución y una notoriedad pública favorable para su actual alcalde y representante de la municipalidad.</p> |
| <b>PALABRAS CLAVES:</b> | <b>RELACIONES PÚBLICAS, COMUNICACIÓN POLÍTICA, NOTORIEDAD PÚBLICA, OPINIÓN PÚBLICA.</b>  |

**ABSTRACT:**

Taking as a point of departure the importance today of public institutions and private communication has developed this research that will serve as a contribution both academically and professionally.

Reason which, the present thesis project, consists of four chapters, in which the first chapter tells us about communication and their models, at the same time of political communication, public opinion, public visibility and especially the handling of public relations in the municipal GAD of Ecuador.

The second chapter which consists of institutional information gathered during the course of this project, which has done much to reach a real diagnosis of the current situation of the institution, which is very important for the creation and advancement of a next chapter, one third chapter focused in qualitative and quantitative research of the municipality of the canton of Otavalo, as the perception of your target audience to it.

Finally reaching the fourth chapter, which is the proposal of a communication plan that will allow the public notoriety for the municipality of Otavalo. Taking into consideration that this institution has never before been applied any project relating to communication, so it has been necessary to work on a project of this magnitude in order to help create a public opinion favourable to the institution and a public notoriety for its current mayor and

|                 |  |
|-----------------|--|
|                 | representative of the municipality.  |
| <b>KEYWORDS</b> | <b>PUBLIC RELATIONS, COMMUNICATION<br/>POLICY, PUBLIC AWARENESS, PUBLIC<br/>OPINION.</b> |

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f. Andrea Andrade

ANDRADE RENGIFO EVELYN ANDREA

100416834-8

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **ANDRADE RENGIFO EVELYN ANDREA**, CI 100416834-8 autor/a del proyecto titulado: **Aplicación de la Relaciones Públicas en los GAD Municipales por medio de un plan de comunicación que permita la notoriedad pública del Municipio de Otavalo**, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 19 de septiembre de 2017

f.           *Andrea Andrade*          

ANDRADE RENGIFO EVELYN ANDREA

100416834-8

Quito, 24 de febrero del 2017

Master

María José Enríquez

Decana

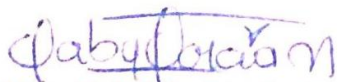
Facultad de Comunicación Artes y Humanidades

De mi consideración:

Por medio de la presente, pongo en su conocimiento, que la estudiante EVELYN ANDREA ANDRADE RENGIFO ha culminado su trabajo de titulación llamado "Aplicación de las Relaciones Públicas en los GAD municipales por medio de un plan de comunicación que permita la notoriedad pública del Municipio de Otavalo", cumpliendo con el requerimiento para la obtención del título de Licenciada en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

Sin otro particular, me despido

Atentamente



Msc. Gabriela García Moreno

Directora

Universidad Tecnológica Equinoccial





Otavalo, 30 de marzo de 2015  
Oficio N° 50-2015-DC-GADMO

Ingeniera.  
María José Enríquez.  
**COORDINADORA DE LA CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.**  
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un atento saludo de la Dirección de Comunicación Social del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo.

El motivo del presente, es informarle que la Dirección de Comunicación Social ha revisado el oficio N° 069-FCSC-2015 de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación con fecha 27 de marzo de 2015, en el que indica que la estudiante Evelyn Andrea Rengifo, se encuentra realizando la tesis "Relaciones Públicas GAD Municipales del Ecuador".

Con este antecedente, debo informar que la Dirección de Comunicación Social estará presta a otorgar toda la información necesaria.

Por la atención que se digne dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Dra. Elizabeth Puente J.  
**DIRECTORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.**  
**GAD. MUNICIPAL DE OTAVALO**

*Recibido  
Eduardo E.  
31-03-2015  
11:55*



Del contenido del presente trabajo se responsabiliza la autora.

---

Andrea Andrade  
Evelyn Andrea Andrade Rengifo

## AGRADECIMIENTOS

*Como no estar agradecida en primera instancia con un ser tan maravilloso como lo es Dios, que me ha brindado una vida llena de oportunidades, la misma que me ha permitido cumplir a cabalidad con este proyecto de tesis que ha sido muy importante para mi vida personal y profesional, recibiendo siempre el apoyo de familiares y amigos para que esta meta pueda culminar con el mayor de los éxitos.*

*De la misma manera quiero agradecer a mis padres por ser el pilar fundamental en mi vida como estudiante, como persona y profesional, guiándome siempre de la mejor manera y cultivando siempre en mí sus valores y principios.*

*Como no agradecer a mis hermanos: Estefanía, Angelo y Pauli por alentarme día a día a cumplir con esta meta tan importante en mi vida y a mis pequeños sobrinos: Jordan y Jhosue por mostrar tanto interés y alegría en mi carrera profesional.*

*A mi mejor amiga Karina, que siempre ha sido un apoyo incondicional en mi vida y que pese a no estar juntas como en la Universidad nuestra amistad ha ido creciendo más con el paso de los años.*

*De una forma muy especial a mi directora de tesis, Gabi, por ayudarme a culminar este proyecto de la mejor manera.*

*Finalmente, a todos los profesores que tuve el gusto de conocer y me brindaron valiosos conocimientos en cada semestre que pase por esta prestigiosa universidad.*

## **DEDICATORIA**

*Un sueño, una meta más cumplida, la misma que quiero dedicársela a mi madre, Marcela Rengifo, mi mejor amiga, mi confidente, el pilar fundamental de mi vida, el ser que me ha dado la fuerza para seguir adelante a lo largo de este camino que llamamos vida. Tu madre mía, a la mujer que más amo en el mundo, tu mi ejemplo a seguir, mi motor de vida, este trabajo de tesis está dedicado a ti.*

*Gracias por ser la mejor madre y amiga del mundo...*

## TABLA DE CONTENIDOS

|   |              |
|---|--------------|
| <b>PROTOCOLO DE TESIS.....</b>  | <b>xiii</b>  |
| Introducción.....   | xiii         |
| 1.1. Tema.....  | xv           |
| 1.2. Título.....  | xv           |
| 1.3. Línea de investigación.....  | xv           |
| 1.4. Sub línea de investigación.....  | xv           |
| 1.5. Planteamiento del problema.....  | xvi          |
| 1.6. Justificación.....   | xvii         |
| 1.7. Idea a defender.....   | xviii        |
| 1.8. Marco témporo – espacial.....  | xix          |
| 1.9. Marco Conceptual.....  | xix          |
| 1.9.1. Definiciones conceptuales.....   | xix          |
| <br><b>CAPÍTULO I.....</b>  | <br><b>1</b> |
| <b>1. MARCO TEÓRICO: LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS<br/>        EN EL ÁMBITO POLÍTICO.....</b> | <br><b>1</b> |
| 1.1. Comunicación.....  | 1            |
| <b>1.1.1. Definiciones de comunicación.....</b>   | <b>1</b>     |
| <b>1.1.2. Tipos de comunicación.....</b>  | <b>3</b>     |
| <b>1.1.3. La comunicación verbal.....</b>   | <b>4</b>     |
| 1.1.3.1. Características de la comunicación verbal.....   | 5            |
| 1.1.3.2. Ventajas y desventajas del uso de la comunicación oral y<br>escrita.....                         | 6            |
| <b>1.1.4. La comunicación no verbal.....</b>  | <b>7</b>     |
| 1.1.4.1. Características de la comunicación no verbal.....  | 7            |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 1.1.4.2.   | Sistemas de comunicación no verbal.....   | 8         |
| <b>1.1.5.</b>  | <b>Modelos de comunicación.....</b>   | <b>8</b>  |
| 1.1.5.1.   | Modelo Aristotélico.....  | 8         |
| 1.1.5.2.   | Modelo David K. Berlo.....  | 9         |
| 1.1.5.3.   | Modelo de Claude Shannon y Warren Weaver.....                                     | 10        |
| <b>1.1.6.</b>  | <b>Importancia de la comunicación.....</b>  | <b>10</b> |
| <b>1.1.7.</b>  | <b>Comunicación política.....</b>   | <b>11</b> |
| 1.1.7.1.   | Definiciones de comunicación política.....  | 12        |
| 1.1.7.2.   | Valores que aporta la comunicación a la política.....                             | 16        |
| <b>1.1.8.</b>  | <b>Las Relaciones Públicas y la Comunicación Política.....</b>                    | <b>17</b> |
| <b>1.2.</b>  | <b>Definiciones de Relaciones Públicas.....</b>                                   | <b>18</b> |
| <b>1.2.1.</b>  | <b>Relación entre las Relaciones Públicas y la Política.....</b>                  | <b>19</b> |
| <b>1.2.2.</b>  | <b>Opinión Pública (Notoriedad Pública).....</b>                                  | <b>20</b> |
| <b>1.2.3.</b>  | <b>La esfera pública.....</b>   | <b>21</b> |
| <b>1.2.4.</b>  | <b>La opinión pública.....</b>  | <b>22</b> |
| <b>1.2.5.</b>  | <b>Notoriedad pública.....</b>  | <b>23</b> |
| <b>1.2.6.</b>  | <b>Público y opinión pública.....</b>   | <b>24</b> |
| <b>1.2.7.</b>  | <b>Factores componentes de la opinión pública.....</b>                            | <b>25</b> |
| <b>1.2.8.</b>  | <b>Imagen pública.....</b>  | <b>27</b> |
| <b>1.2.9.</b>  | <b>Definiciones de imagen pública.....</b>  | <b>27</b> |
| <b>1.3.</b>  | <b>Relaciones Públicas y comunicación en los GAD Municipales del Ecuador.....</b> | <b>28</b> |
| <b>1.3.1.</b>  | <b>Importancia de las Relaciones Públicas en los GAD Municipales.....</b>         | <b>29</b> |
| <b>1.3.2.</b>  | <b>Importancia de la comunicación en los GAD Municipales.....</b>                 | <b>31</b> |
| <b>CAPÍTULO II.....</b>  | <b>.....</b>  | <b>34</b> |
| <b>2. MARCO INSTITUCIONAL: ESTRUCTURTA POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO.....</b> | <b>.....</b>  | <b>34</b> |
| <b>2.1.</b>  | <b>Antecedentes históricos del cantón Otavalo.....</b>                            | <b>34</b> |
| <b>2.1.1.</b>  | <b>Reseña histórica del cantón Otavalo.....</b>                                   | <b>35</b> |

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| 2.1.2.  | Perfil gráfico.....   | 36        |
| 2.1.3.  | Altitud y clima.....  | 37        |
| 2.1.4.  | Características generales del cantón Otavalo.....                     | 38        |
| 2.1.5.  | División política y administrativa.....                               | 39        |
| 2.2.  | Gobiernos Autónomos Descentralizados.....                             | 40        |
| 2.2.1.  | Definición de Gobierno Autónomo Descentralizado.....                  | 41        |
| 2.2.2.  | Competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.....         | 42        |
| 2.2.3.  | De los GAD Regionales.....  | 42        |
| 2.2.4.  | De los GAD Provinciales.....  | 43        |
| 2.2.5.  | De los GAD Municipales.....   | 43        |
| 2.2.6.  | Y de los GAD Parroquiales y Rurales.....                              | 45        |
| 2.3.  | Estructura de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.....           | 45        |
| 2.4.  | Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo.....   | 47        |
| 2.4.1.  | Estructura organizacional.....  | 47        |
| 2.4.2.  | Estructura de procesos del organigrama estructural.....               | 50        |
| 2.5.  | Herramientas comunicacionales.....                                    | 54        |
| 2.6.  | Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo..... | 59        |
| 2.6.1.  | Abogado. Edison Gustavo Pareja Cisneros.....                          | 59        |
| 2.6.2.  | Cargos desempeñados.....  | 60        |
| 2.6.3.  | Dignidades.....   | 60        |
| 2.7.  | Movimiento Fuerza Ciudadana lista 61.....                             | 61        |
| 2.7.1.  | Alianza Movimiento Fuerza Ciudadana y Partido Avanza 8 -61.....       | 62        |
| 2.7.2.  | Plan de trabajo lista 8- 61.....                                      | 63        |
| 2.7.3.  | Estrategias para ejecutar el plan.....                                | 63        |
| 2.8.  | Análisis de la labor de la actual administración.....                 | 64        |
| 2.9.  | Importancia de un plan de Relaciones Públicas y Comunicación.....     | 65        |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>  |   | <b>66</b> |
| <b>3. METODOLOGÍA: PROCESO DE INVESTIGACIÓN PLAN DE NOTORIEDAD PÚBLICA DEL OBJETO DE ESTUDIO. GOBIERNO AUTÓNOMO</b> |   |           |



|  |            |
|--|------------|
| <b>DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO.....</b>   | <b>66</b>  |
| 3.1. Objetivo general de la investigación.....   | 66         |
| 3.2. Propósitos de la investigación.....   | 66         |
| 3.3. Unidades de análisis.....   | 67         |
| 3.4. Universo.....   | 67         |
| 3.5. Muestra.....  | 70         |
| 3.6. Tipos de investigación.....   | 71         |
| <b>3.6.1. Según la naturaleza de los objetivos.....</b>  | <b>71</b>  |
| 3.6.1.1. Investigación cuantitativa.....   | 72         |
| 3.6.1.2. Investigación cualitativa.....  | 72         |
| 3.7. Método de estudio.....  | 72         |
| <b>3.7.1. Método sintético.....</b>  | <b>73</b>  |
| <b>3.7.2. Método inductivo.....</b>  | <b>73</b>  |
| <b>3.7.3. Método deductivo.....</b>  | <b>73</b>  |
| 3.8. Técnicas e instrumentos.....  | 73         |
| <b>3.8.1. Técnica.....</b>   | <b>73</b>  |
| <b>3.8.2. Instrumento.....</b>   | <b>74</b>  |
| <b>3.8.3. Técnica.....</b>   | <b>74</b>  |
| <b>3.8.4. Instrumento.....</b>   | <b>74</b>  |
| 3.9. Fuentes de información.....   | 78         |
| <b>3.9.1. Fuentes primarias.....</b>   | <b>78</b>  |
| <b>3.9.2. Fuentes secundarias.....</b>   | <b>78</b>  |
| 3.10. Reporte.....   | 78         |
| <b>3.10.1. Resultado de las encuestas.....</b>   | <b>79</b>  |
| 3.11. Análisis e interpretación de la información.....   | 97         |
| <br>   |            |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b>  | <b>102</b> |
| <b>4. PROPUESTA: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN QUE<br/>        PERMITA LA NOTORIEDAD PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE OTAVALO....</b> | <b>102</b> |
| 4.1. Antecedentes.....   | 102        |

|      |  |            |
|------|--|------------|
| 4.2. | Diagnóstico.....   | 103        |
| 4.3. | Objetivos.....   | 110        |
| 4.4. | Plan de Relaciones Públicas y comunicación para el GAD Municipal del cantón Otavalo..... | 111        |
| 4.5. | Matriz de evaluación.....  | 135        |
| 4.6. | Cronograma de actividades.....   | 137        |
| 4.7. | Presupuesto.....   | 141        |
| 5.   | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>   | <b>142</b> |
| 6.   | <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>   | <b>144</b> |
| 7.   | <b>ANEXOS.....</b>   | <b>148</b> |

## TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla N° 1.....   | 4  |
| Tipos de comunicación.....  | 4  |
| Tabla N° 2.....   | 6  |
| Ventajas y desventajas del uso de la comunicación oral y escrita..... | 6  |
| Tabla N° 3.....   | 38 |
| Características generales del cantón Otavalo.....                     | 38 |
| Tabla N° 4.....   | 50 |
| Estructura de procesos del organigrama estructural.....               | 50 |
| Tabla N° 5.....   | 55 |
| Herramientas de comunicación interna.....                             | 55 |
| Tabla N° 6.....   | 56 |
| Herramientas de comunicación externas.....                            | 56 |
| Tabla N° 7.....   | 59 |
| Abogado Edison Gustavo Pareja Cisneros.....                           | 59 |
| Tabla N° 8.....   | 67 |
| Población urbana del cantón Otavalo.....                              | 67 |
| Tabla N° 9.....   | 68 |
| Población por género.....   | 68 |
| Tabla N° 10.....  | 68 |
| Características de segmentación.....                                  | 68 |
| Tabla N° 11.....  | 79 |
| Segmentación demográfica.....   | 79 |
| Tabla N° 12.....  | 80 |
| Género.....   | 80 |
| Tabla N° 13.....  | 81 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| Edad.....                | 81  |
| Tabla N° 14.....         | 82  |
| Nivel instruccional..... | 82  |
| Tabla N° 15.....         | 83  |
| Pregunta 1.....          | 83  |
| Tabla N° 16.....         | 84  |
| Pregunta 2.....          | 84  |
| Tabla N° 17.....         | 85  |
| Pregunta 3.....          | 85  |
| Tabla N° 18.....         | 87  |
| Pregunta 4.....          | 87  |
| Tabla N° 19.....         | 89  |
| Pregunta 5.....          | 89  |
| Tabla N° 20.....         | 91  |
| Pregunta 6.....          | 91  |
| Tabla N° 21.....         | 92  |
| Pregunta 7.....          | 92  |
| Tabla N° 22.....         | 93  |
| Pregunta 8.....          | 93  |
| Tabla N° 23.....         | 94  |
| Pregunta 9.....          | 94  |
| Tabla N° 24.....         | 95  |
| Pregunta 10.....         | 95  |
| Tabla N° 25.....         | 96  |
| Pregunta 11.....         | 96  |
| Tabla N° 26.....         | 103 |
| Análisis FODA.....       | 103 |

## GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Grafico N° 1.....   | 37 |
| Perfil geográfico.....                                    | 37 |
| Gráfico N° 2.....   | 49 |
| Organigrama estructural del GAD Municipal de Otavalo..... | 49 |
| Gráfico N° 3.....   | 79 |
| Parroquia a la que pertenece.....                         | 79 |
| Gráfico N° 4.....   | 80 |
| Género.....   | 80 |
| Gráfico N° 5.....   | 81 |
| Edad.....   | 81 |
| Gráfico N° 6.....   | 82 |
| Nivel instruccional.....                                  | 82 |
| Grafico N° 7.....   | 83 |
| Pregunta 1.....   | 83 |
| Gráfico N° 8.....   | 84 |
| Pregunta 2.....   | 84 |
| Gráfico N° 9.....   | 85 |
| Pregunta 3.....   | 85 |
| Gráfico N° 10.....  | 87 |
| Pregunta 4.....   | 87 |
| Gráfico N° 11.....  | 89 |
| Pregunta 5.....   | 89 |
| Gráfico N° 12.....  | 91 |
| Pregunta 6.....   | 91 |

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico N° 13.....  | 92  |
| Pregunta 7.....   | 92  |
| Gráfico N° 14.....  | 93  |
| Pregunta 8.....   | 93  |
| Gráfico N° 15.....  | 94  |
| Pregunta 9.....   | 94  |
| Gráfico N° 16.....  | 95  |
| Pregunta 10.....  | 95  |
| Gráfico N° 17.....  | 96  |
| Pregunta 11.....  | 96  |
| Gráfico N° 18.....  | 105 |
| Árbol de problemas del GAD Municipal del cantón Otavalo.....  | 105 |
| Gráfico N° 19.....  | 106 |
| Árbol de soluciones del GAD Municipal del cantón Otavalo..... | 106 |
| Gráfico N° 20.....  | 109 |
| Mapa de públicos del GAD Municipal del cantón Otavalo.....    | 109 |



## PROTOCOLO DE TESIS

### 1. INTRODUCCIÓN

La propuesta de un plan de Relaciones Públicas y Comunicación que permita la Notoriedad Pública del alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo, es lo que plantea el siguiente tema de investigación de tesis.

Para ello, se han desarrollado cuatro capítulos dentro de este proyecto de tesis, los mismos que están constituidos de la siguiente manera:

El primer capítulo habla claramente de la comunicación, sus tipos, sus modelos y sobre todo de la importancia que esta tiene en la actualidad para los Gobiernos Autónomos Descentralizados y como se la ha venido manejando hasta la actualidad. Al mismo tiempo, el manejo de las Relaciones Públicas para estas instituciones y como las han desarrollado en este sector público, tomando en cuenta, también la imagen política que tiene la primera autoridad de la municipalidad y tomando como punto importante a la comunicación política, en referencia al candidato, su notoriedad pública y la opinión pública que debe manejarse en cualquier institución ya sea pública o privada.

El segundo capítulo consta de la estructura política y administrativa del Municipio de Otavalo, en el cual tiene como primer punto los antecedentes y la reseña histórica de esta ciudad de Otavalo, su perfil gráfico y las características generales de este cantón. Al mismo tiempo nos habla de cómo está estructurado el Municipio de Otavalo, su división política y administrativa, el perfil profesional y

político de su primera autoridad, además de que también habla sobre las competencias de los GAD Municipales y de las funciones de la cámara edilicia de la actual administración. Finalizando con un análisis del manejo de las Relaciones Públicas y la comunicación que ha venido manejando esta administración municipal.

Un tercer capítulo que consta de la investigación que se aplicará en este proyecto con la finalidad de llegar a un análisis más acertado de la situación comunicacional del GAD Municipal del cantón Otavalo y su actual administración, lo que permitirá llegar a un diagnóstico más efectivo que permitirá realizar un plan de comunicación en el siguiente y último capítulo.

Finalmente para la elaboración del cuarto capítulo se ha tomado en consideración que en esta institución u objeto de estudio nunca antes ha sido aplicado ningún proyecto de tipo comunicacional, por lo que se ha visto la necesidad de crear un plan de este tipo, que permita obtener una notoriedad pública por parte de su primera autoridad y al mismo tiempo una favorable opinión pública para el cabildo otavaleño.

### **1.1. Tema**

Aplicación de las Relaciones Públicas en los GAD Municipales por medio de un plan de comunicación que permita la notoriedad pública del Municipio de Otavalo.

### **1.2. Título**

Relaciones Públicas en los GAD municipales del Ecuador, análisis de la comunicación actual: elaboración de un plan de comunicación que permita la notoriedad pública del Municipio de Otavalo.

### **1.3. Línea de investigación**

Sistemas de comunicación interna y externa para la innovación de procesos y operaciones.

### **1.4. Sub línea de investigación**

- Dinamización de la cultura, identidad e imagen organizacional en los públicos.
- Comunicación interpersonal.

### **1.5. Planteamiento del problema**

El cantón de San Luís de Otavalo ha sido reconocido tanto a nivel nacional como internacional por su pluriculturalidad, la calidez de su gente y por tener el mercado cultural más grande de Sudamérica. Lo que le ha permitido ser conocido a nivel mundial por miles de visitantes que acuden a este cantón al transcurso de todo el año, considerándolo así una potencia turística para el Ecuador.

El Municipio de Otavalo es una Institución al servicio de la comunidad, ya que ejecuta sus funciones con transparencia, ética, agilidad, calidad y calidez hacia sus usuarios y la sociedad en general. Además educa e informa sobre normas y leyes que permiten a los ciudadanos y ciudadanas una adecuada formación para el desarrollo y creación de empresas en el cantón, brindando de esta manera ayuda a que los usuarios se conviertan en gestores del cambio por un nuevo “Otavalo Empresarial”. (GAD Otavalo, a través de: <http://www.otavalo.gob.ec/>) recuperado el 13/07/2015

De esta manera el Municipio de Otavalo ha sido tomado como objeto de estudio desde el punto de vista de las Relaciones Públicas y Comunicación ya que a pesar de los años que tienen de trascendencia con la ciudadanía, tienen una carencia de opinión pública positiva por parte de su público objetivo en general. La misma institución que hasta el momento no cuenta con un diseñado de campaña de comunicación, para el desarrollo y progreso de la misma que le permita obtener al mismo tiempo una notoriedad pública favorable para el alcalde de esta ciudad tanto dentro como fuera del cantón Otavalo.

Por lo tanto esta campaña de comunicación busca alcanzar un impacto positivo de opinión pública en el Municipio de Otavalo, permitiendo de esta manera que la ciudadanía conozca a fondo las actividades que realiza el alcalde de Otavalo, a través de la municipalidad, con la finalidad de obtener resultados positivos y de esta manera evidenciar la influencia de la comunicación y las Relaciones Públicas en una institución ya sea pública como privada.

## **1.6. Justificación**

El presente trabajo de tesis pretende analizar la situación comunicacional actual para desarrollar una campaña de comunicación que permita la notoriedad pública del actual alcalde de Otavalo, a través de las diferentes actividades que se realizan desde la municipalidad, tomando en cuenta que las campañas de comunicación “sirven para desarrollar actitudes favorables a la institución, tomando en cuenta que una campaña es una iniciativa organizada para ejercer presión pública sobre instituciones a fin de influir en sus acciones” (Lamb, 1997. 70).

Es fundamental tomar en cuenta que en el Municipio de Otavalo nunca se ha realizado una campaña de comunicación, razón por la cual, carece de un manejo de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, las mismas que permiten un correcto manejo de imagen pública tanto para su primera autoridad como para el municipio.

La realización de una campaña de comunicación y Relaciones Públicas permitirá no solo obtener una notoriedad pública favorable para su alcalde, sino

también una opinión pública positiva de la institución por parte de su público objetivo.

Finalmente se considera de fundamental trascendencia la realización de una campaña de comunicación en los gobiernos seccionales para el buen manejo y desarrollo de una notoriedad pública favorable de sus representantes y de estos gobiernos municipales, por el buen manejo y desempeño de las Relaciones Públicas en estas instituciones, ya que es de suma importancia el manejo de comunicación como una herramienta esencial para el desarrollo social, público y económico de una empresa u organización. Por lo tanto con esto se verá beneficiado el público objetivo del Municipio de Otavalo.

### **1.7. Idea a defender**

La elaboración del diseño de un plan de Comunicación direccionado al Municipio de Otavalo, conseguirá que su público objetivo perciba una buena imagen pública tanto de su primera autoridad como de la misma Institución.

Este plan de comunicación a medida que se lo vaya ejecutando en la institución, permitirá medir el impacto positivo que ha generado tanto las estrategias como las tácticas aplicadas en el transcurso de su aplicación, lo que esto permitirá una opinión pública favorable para el Municipio de Otavalo.

A medida que las herramientas de comunicación se vayan desarrollando correctamente, cada vez el impacto será mayor y favorable para esta institución y su primera autoridad, ya que el manejo de comunicación es una manera efectiva



de que una organización crezca tanto en lo social, cultural y económico permitiendo de esta manera alcanzar los objetivos planteados en el plan de comunicación que se lo elaborará en el cuarto capítulo de esta investigación.

## **1.8. Marco témporo – espacial**

La presente tesis se la desarrolló con información recabada del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo en el periodo 2015 y 2016 a partir de su aprobación para desarrollar la investigación en dicha institución.

## **1.9. Marco conceptual**

### **1.9.1. Definiciones conceptuales**

#### **Relaciones Públicas:**

“Son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas, ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y utilizar los cambios de forma eficaz, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas como principales herramientas”. (Wilcox, Relaciones Publicas, 2008)

**Plan de Comunicación:** “Un plan de comunicación es un documento escrito en el que se explican las actividades de comunicación con el fin último de alcanzar las

metas de la organización, el marco de tiempo en que se llevará a cabo y el presupuesto necesario para ello. Es una combinación de objetivos de comunicación, misión y estrategias de la organización” (Potter, 1991:70).

Motivo por el cual un plan de comunicación es una herramienta idónea para cualquier tipo de institución ya que por medio de esta vía la empresa llegará cumplir sus objetivos organizacionales a corto mediano y largo plazo.

**Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales:** El artículo 238 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que constituyen Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales, y estos gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y se rigen por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. Es decir, son las instituciones que conforman la organización territorial del Estado Ecuatoriano.

#### **Notoriedad pública:**

“ La notoriedad pública es aquella en que Serra dice que “se enfoca principalmente en personajes públicos como autoridades, funcionarios públicos quienes deben soportar, en su condición de tales, el que las actuaciones y el ejercicios de sus cargos y funciones se vean sometidos al escrutinio de la opinión pública y, en consecuencia, a que no solo se divulgue información sobre lo que digan o hagan al margen de las mismas, siempre que tengan una directa y evidente relación con el desempeño de sus cargos. En estos casos y en tanto lo divulgado se refiere directamente al ejercicio de las funciones públicas” (Serra, 2008: 100).

Cabe recalcar que la opinión pública está sumamente ligada a la notoriedad pública ya que en lo que respecta al ámbito político como empresarial o institucional el manejo de imagen o notoriedad pública es un tema que requiere de un debate en donde se refleje que el manejo de este punto sea el adecuado para que la opinión pública sea favorable o lo contrario.

## **CAPÍTULO I**

### **1. MARCO TEÓRICO: LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO POLÍTICO.**

#### **1.1. Comunicación**

Tomaremos como punto principal, que la comunicación ha existido desde siempre ya que el ser humano siempre ha estado en la necesidad de comunicarse ya sea por medio de gestos o de un lenguaje que lo pudiera desarrollar y entender sin mayor dificultad para mejorar su desarrollo tanto social, cultural y económico. Entee (2008, p.19)

##### **1.1.1. Definiciones de comunicación**

A manera de breve reseña citaremos algunos conceptos y definiciones de comunicación desde el punto de vista de varios autores, tomando en cuenta que la comunicación proviene del origen vocablo latino “comunicare” que significa compartir alguna cosa.

Según Stanton, Etzel y Walker (2007, p.511), la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte"

Para Lamb, Hair y McDaniel (2006, p.484), la comunicación es "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos".

Según Idalberto Chiavenato (2006, p.110), comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social".

Robbins y Coulter (2005, p.256), nos brindan la siguiente definición: "Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados".

Tomando a consideración todas las definiciones anteriores citados por autores y expertos en comunicación me atrevo a dar un concepto de la misma tomando en cuenta mi criterio e información que obtenido durante este estudio.

La comunicación es el proceso mediante el cual los seres humanos establecen una conexión, esta conexión se establece mediante un emisor y receptor en un momento y espacio determinado con la finalidad de intercambiar información para que se produzca un feedback o retroalimentación que dará como resultado un proceso de comunicación e interacción entre individuos.

Para lograr un mejor entendimiento de estos términos y definiciones desglosaremos algunos elementos básicos:

**Emisor:** La persona (o personas) que emite un mensaje.

**Receptor:** La persona (o personas) que recibe el mensaje.

**Mensaje:** Contenido de la información que se envía.

**Canal:** Medio por el que se envía el mensaje.

**Código:** Signos y reglas empleadas para enviar el mensaje.

**Contexto:** Situación en la que se produce la comunicación.

Entonces se dirá que la comunicación eficaz entre dos personas se produce cuando el receptor interpreta el mensaje en el sentido que pretende el emisor, generando de esta manera un éxito en la comunicación.

### 1.1.2. Tipos de comunicación

Diariamente nos comunicamos de manera ordenada con intensidad involuntaria ya sea utilizando el lenguaje verbal, el no verbal y el escrito, en las cuales el ser humano expresa sentimientos, deseos, opiniones entre otros. (Entee, 2008)

De esta manera se estima que más de un 60% de las actividades diarias realizadas por el hombre involucran alguna forma de comunicación:

Tabla N° 1

|     |           |
|-----|-----------|
| 6%  | Escrito   |
| 11% | Lectura   |
| 21% | Hablado   |
| 30% | Escuchado |

**Elaborado por:** Andrea Andrade a partir de Mc Entee, (2008, p.20).

Vale mencionar que en la actualidad la forma de comunicarse está cambiando, y que los avances tecnológicos, y en particular en materia de informática, nos hace suponer que mucha de nuestra información se verá enfocada en redes como la internet, llevándonos a obtener un proceso de forma más efectiva. Pero esto no implica que la red reemplazará a los medios existentes, sino solamente los redefinirá. Entee (2008, p.20)

Sin embargo existen elementos de la comunicación que son básicos e indispensables, y que independientemente de la tecnología se encuentran presentes, y solamente se adaptan a ella, los cuales daremos a conocer.

### 1.1.3. La comunicación verbal

Esta se refiere a la comunicación que se vale de la palabra para dar el mensaje, ya que es la principal forma de comunicación que se utiliza, y esta

Puede ser oral o escrita. No obstante la comunicación verbal es el uso de las palabras para generar interacción entre los seres humanos, este proceso constituye un nivel primario de comunicación ya que la base de este proceso está en la utilización de conceptos. (Fonseca, 2005)

Fonseca también nos habla de las distintas maneras de comunicarse en el siguiente texto:

“La comunicación verbal puede realizarse de dos formas: oral (a través de signos orales y palabras habladas); o escrita (por medio de la representación gráfica de signos)”.

“Hay múltiples formas de comunicación oral: los gritos, silbidos, llanto, risa los cuales pueden expresar diferentes situaciones anímicas y son una de las formas más primarias de la comunicación”.

“Las formas de comunicación escrita también son muy variadas y numerosas (signos, jeroglíficos, alfabetos, siglas, grafiti, logotipos). Desde la escritura primitiva ideográfica y jeroglífica, hasta la fonética silábica y alfabética, más conocida, hay una evolución importante”. (parr4)

### **1.1.3.1. Características de la comunicación verbal**

Entre las características principales de la comunicación verbal se encuentra las siguientes:

- La comunicación se vincula al objeto de modo claro
- Lo que se transmite se hace mediante palabras claras para el receptor
- Utiliza conceptos



- Los mensajes que envían son mensajes de contenido
- Es un vínculo de trasmisión de cultura
- Cuando se transmite un sentimiento o una emoción se hace expresando el estado de ánimo con palabras. (Fonseca, 2015)

### 1.1.3.2. Ventajas y desventajas del uso de la comunicación oral y escrita

Para establecer ventajas y desventajas de la comunicación verbal se realizará el siguiente cuadro:

**Tabla N° 2**

| <b>Comunicación Oral</b>  |   |
|---|---|
| <b>Ventajas</b>   | <b>Desventajas</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es más rápida</li> <li>• Existe retroalimentación.</li> <li>• Proporciona mayor cantidad de información en menos tiempo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe un elevado potencial de distorsión.</li> <li>• El riesgo de interpretación personal es mayor</li> </ul> |

| <b>Comunicación escrita</b>   |  |
|---|--|
| <b>Ventajas</b>   | <b>Desventajas</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe un registro de la comunicación permanente, tangible y verificable.</li> <li>• El contenido del mensaje es más riguroso y preciso, lógico y claro</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consume más tiempo</li> <li>• Carece de retroalimentación inmediata.</li> <li>• No existe seguridad de la recepción ni de la interpretación.</li> </ul> |

**Elaborado por:** Andrea Andrade a partir de (Fonseca, 2005, parr7)

#### **1.1.4. La comunicación no verbal**

La comunicación no verbal se realiza a través de multitud de signos de gran variedad: imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas), sonidos, gestos, movimientos corporales, entre otros. Patterson, Miles (2011, p.23)

En la actualidad cada vez tiene más importancia los sistemas de comunicación no verbal, ya que cuando el hombre habla con alguien más, solo una pequeña parte de la información que obtenemos de esa persona procede de sus palabras. Sin embargo los investigadores han estimado que entre el sesenta y setenta por ciento de lo que comunicamos se lo hace mediante el lenguaje no verbal; es decir apariencia, postura, mirada y expresión.

##### **1.1.4.1. Características de la comunicación no verbal**

- mantiene una relación con la comunicación verbal, pues suelen emplearse juntas.
- En muchas ocasiones, actúa como reguladora del proceso de comunicación, contribuyendo a ampliar o reducir el significado del mensaje.
- Los sistemas de comunicación no verbal varían según las culturas.
- Generalmente, cumple mayor número de funciones que el verbal, pues lo acompaña, completa, modifica o sustituye en ocasiones. (Patterson, 2011)

#### 1.1.4.2. Sistemas de comunicación no verbal

- **Lenguaje corporal:** nuestros gestos, movimientos, el tono de voz, nuestra ropa e incluso nuestro olor corporal también forman parte de los mensajes cuando nos comunicamos con los demás.
- **Lenguaje icónico:** en él se engloban muchas formas de comunicación no verbal: código morse, códigos universales (sirenas, morse, braille, lenguaje de los sordomudos), códigos semiuniversales (el beso, signos de luto o de duelo), códigos particulares o secretos (señales de los árbitros deportivos). Patterson, (2011, p.25)

#### 1.1.5. Modelos de comunicación

De esta manera la comunicación presenta algunos modelos que se han ido aplicando a través del desarrollo de la misma, la cual daremos a conocer en el siguiente punto:

##### 1.1.5.1. Modelo Aristotélico

Definió la comunicación (solo retórica en su concepto), como la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión, esto es, convencer e inducir a la acción”.

Propuso lo que podría ser un modelo cuyos elementos se han agrupado en tres conceptos:

- Persona que habla.
- Discurso que pronuncia.
- Persona que escucha.

Solo contempla parcialmente el fenómeno de la comunicación y, por lo mismo, resulta insuficiente para su estudio; aunque es cierto que prácticamente todos los modelos parten del original aristotélico, solo que presentan mayores desarrollos del proceso. (Garduño, 2012)

Como lo menciona Garduño, 2012 en su artículo proceso y modelos de comunicación, establece que:

“Lasswell, propone una manera sencilla de resumir el proceso de la comunicación es preguntar quién, dice que, a través de qué canal, a quién, con qué efectos, Lasswell hace un perfil de las relaciones y mediaciones que se dan en la comunicación colectiva: no sólo los sujetos que se comunican son considerados, también, sus interiores, así como lo que comunican, las razones, motivos o Comunicaciones que determinan el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción”. (párr. 2)

#### **1.1.5.2. Modelo David K. Berlo**

David K. Berlo, formuló un modelo utilizable para descubrir la conducta individual de las personas que intervienen en un proceso de esta naturaleza aplicada a distinto nivel de análisis, para describir desde el punto de vista de la red

de comunicación, la operación del organismo de que se trate, a partir de los siguientes componentes: fuente, emisor, receptor, mensaje y canal. (Garduño, 2012)

### **1.1.5.3. Modelo de Claude Shannon y Warren Weaver**

El modelo planteado por estos dos autores establece el modelo de comunicación que ellos lo definen como:

“Formulado a finales de los 40, esta teoría es de un alcance muy acotado, debido a que se refiere solo a las condiciones técnicas que la transmisión de mensajes, pero eso no impidió que lograra una amplia repercusión y terminara elevada a la calidad paradigma”.

“El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje, independiente de su significado. Esta teoría permite sobretodo estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio”. (Garduño, 2012)

### **1.1.6. Importancia de la comunicación.**

López, R y Fernández. F (2005) plantean que la comunicación es uno de los elementos más importantes dentro del desarrollo empresarial, puesto que con el pasar del tiempo las empresas han ido notando su importancia, aumentando de esta manera la participación de los comunicadores y periodistas dentro de las instituciones. Lo que ha permitido lograr metas, aumentar productividad y generar los resultados que se deben alcanzar. El mismo autor destaca que:

“La comunicación aporta en muchos aspectos de la organización: sirve como herramienta de motivación de los empleados, construye y fortalece la identidad corporativa. Sin una identidad corporativa bien formada es imposible que los clientes externos tengan una buena imagen corporativa, ya que sin imagen corporativa no hay reconocimiento, ni ventas, por ende mucho menos ganancias. La comunicación en las organizaciones va más allá, ya que busca comprender las necesidades de los distintos públicos objetivos y darle solución a estas por medio del mejor canal de comunicación”. (p.12)

La comunicación dentro de una organización es, tal vez, de los elementos más importantes y lo que más se debe cuidar; pese a que muchos empresarios aun no tengan muy claro el papel de los comunicadores dentro de la empresa, es de vital importancia que conozcan los beneficios que obtendrían si gestionaran de manera correcta la comunicación, que a través de las estrategias se logrará aumentar la productividad empresarial. López, R y Fernández. F (2005)

Hasta este punto se ha realizado un análisis de comunicación sus tipos y la importancia pero a medida que avanza el análisis del presente proyecto se ha tomado a consideración y mucha importancia el estudio de comunicación política, notoriedad pública y opinión pública; tomando en cuenta que el sujeto de estudio es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo en donde su primera autoridad e imagen es un personaje político.

### **1.1.7. Comunicación política**

La comunicación política es tan vieja como la política, nace con los primeros intercambios que los hombres tienen entre sí, en lo que se refiere a la organización de una ciudad. En esta historia agitada, la edad contemporánea introduce un cambio sustancial, al valorizar en la política lo que se refiere a la

comunicación, tanto en el nivel de los discursos intercambiados como en el del papel de los medios y hoy, en el de la opinión pública. La comunicación política evoca todo aquello que se vincula con la producción y el intercambio de los discursos políticos que exponen los distintos actores y que los medios reflejan. Wolton, (2010, p.15)

#### **1.1.7.1. Definiciones de Comunicación Política**

De la misma manera Gerstle (2005), resalta claramente lo expuesto por (Cayrol 1986), quien argumenta que esta concepción de comunicación política para muchos es considerada el fruto de la mezcla entre la comunicación y el marketing político, en donde tres técnicas son fundamentales en este proceso: la televisión, las encuestas y la publicidad. Este punto de vista pone en peligro la verdadera funcionalidad de la comunicación política, direccionándola a una serie de tareas preestablecidas que forman parte de un plan mucho más completo y complejo.

La comunicación política presenta su función representativa en aspectos que influyen de manera directa en las audiencias. De tal forma que no se puede minimizar su gestión e importancia ya que el incorrecto o inadecuado manejo de la misma puede desencadenar el fracaso no solo político/comunicacional, sino que también repercute en al ámbito social.

Para Canel (1999, p.230), la comunicación política es “una ciencia emergente que se mueve entre una versión científico-académica y una versión aplicada cercana a la acción política práctica y pragmática. Son las dos caras de toda ciencia”.

Tras hacer un recorrido por las diversas definiciones propuestas para la Comunicación Política Canel nos dice que:

“Después de haber revisado las siguientes definiciones, entiendo que la Comunicación Política es el campo de estudio que comprende la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos) en la que se produce un intercambio de información, ideas, actitudes en torno a los asuntos públicos”.

“Con otras palabras, la Comunicación Política es el intercambio de signos, señales, o símbolos de cualquier clase, entre personas físicas o sociales, con el que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de estas en la comunidad”. (p. 23, 24)

Es así, que de esta manera, la Comunicación Política genera una interacción entre un personaje público y varios factores ya sean sociales y culturales en donde la comunicación es un ente primordial para lograr objetivos que generen bienestar social y colectivo ya sea para una ciudad, organización o todo un país.

La comunicación política evoca todo aquello que se vincula con la producción y el intercambio de los discurso políticos que exponen los distintos actores y que los medios reflejan.

Política: hipótesis implícita: el público es frágil, manejable y se debe influir.

La Comunicación Política es un cambio tan importante en el orden político como lo han sido los medios de comunicación masiva en el de la información y los sondeos, y en el de la opinión pública. La Comunicación Política traduce la importancia de la comunicación en la política, no en el sentido de una desaparición



del enfrentamiento sino, al contrario, en el sentido de que el enfrentamiento, que es lo propio de la política, se realiza hoy en las democracias, en el modo comunicacional, es decir, en definitiva, recomiendo al otro. Canel (1999, p.230)

De esta manera Wolton (2010, parr.8), establece una definición clara, en donde establece que: la Comunicación Política “es el espacio en donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”.

Por otro lado, Wolton en su artículo La Comunicación Política: Construcción de un modelo (2010), nos presenta 5 ventajas de la Comunicación Política, las cuales son:

“Amplia la perspectiva clásica: la mayoría de los trabajos estudian la influencia de los medios o de los sondeos, o la de los políticos a veces las relaciones dos a dos, pero muy raras veces las relaciones entre los tres”.

“Originalidad de la Comunicación Política: maneja las dimensiones contradictorias y complementarias de la democracia masiva. La originalidad y el interés de la comunicación política”.

“No todos los discursos políticos del momento están en la comunicación política. Solo figuran los que son objeto de conflictos y polémicas: la comunicación política es el espacio en el que se enfrentan las políticas contradictorias del momento”.

“Revaloriza la política respecto de la comunicación: muestra que ambas están intrínsecamente ligadas, a la vez que conservan diferentes radicales. La comunicación no ha “digerido” la política, pues es más bien la política lo que en la actualidad se representa en un estilo comunicacional”.

“El público no está ausente de esta interacción: la comunicación política no es solo el intercambio de los discursos de “la clase política y mediática”. La comunicación política tiene un carácter político en otro sentido: desarrollarse ante el público que, mediante el voto, lleva a solventar los debates”. (párr.1,2,3)

De esta manera notamos que la comunicación política ha ido trascendiendo notablemente en una sociedad actual, en la que la imagen pública y la notoriedad pública, ya sea de un personaje política como de un partido van de la mano con la finalidad de generar un bien colectivo y por ende generar opinión y notoriedad pública favorable para estos actores políticos a través del buen uso de la comunicación política.

La comunicación es vital para la política en cuanto reporta relato, entretenimiento y valor emocional a los liderazgos, partidos, gobiernos y asuntos públicos.

De esta manera también, la Plataforma de Liderazgo local (2013, p.9) con su tema Herramientas para la Organización y la Comunicación, habla de la Comunicación y Política en su capítulo, criterio 5 en donde nos dice que “la comunicación política, es, entonces, un área de la comunicación que estudia y diseña estrategias, campañas, medios y acciones simbólicas para ganar poder e incrementar el reconocimiento y la visibilidad para ideas, líderes, partidos y gobiernos”.

De la misma manera este artículo plantea que la Comunicación en la política es muy esencial ya que elabora y produce mensajes para el público con la finalidad de:

- Tiene éxito se llega a los públicos que quiere llegar y con el impacto deseado.

- Es un proceso vital en la lucha por las representaciones sociales, las visibilidades públicas y las agendas de conversación cotidiana.
- Es un proceso político de interacción, negociación y construcción común de sentidos públicos
- Es una práctica potente para la creación y mantenimiento de liderazgos sociales y políticas públicas.

La comunicación le aporta a la política diálogo social y vida cotidiana. Y como la comunicación es un asunto narrativo y de entretenimiento, la comunicación “obliga” a la política a ser un asunto de relato y entretenimiento. (Plataforma de Liderazgo Local, 2013)

#### **1.1.7.2. Valores que aporta la Comunicación a la Política**

- Valor social, en cuanto permite poner en común problemáticas sociales desde un supuesto de “escucha de las demandas y sentidos de los otros” para trabajar en función de la democracia social, fortalecer la unión social y el entendimiento colectivo.
- Valor democrático en tanto proceso de “poner en diálogo” a los diversos y deferentes para construir juntos pactos colectivos.
- Valor ciudadano porque incluye la participación, el acceso y la intervención de los ciudadanos en la producción de la esfera pública y la democracia.
- Valor político porque contribuye a la configuración de la opinión pública, la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho al entretenimiento.
- Valor simbólico como recurso de poder en la lucha por el otorgamiento de significación social a los procesos políticos globales, nacionales o locales.

- Valor estratégico para ganar la visibilidad pública para temáticas, agendas y sujetos interesados en la esfera pública y la lucha por el poder político.
- Valor instrumental como herramienta indispensable para el diseño y la difusión de las políticas públicas, liderazgos sociales y agendas públicas.(Plataforma de liderazgo Local, 2013, p. 11)

Por otro lado la comunicación en la política no se ha entrelazado totalmente a un mecanismo en donde la comunicación sea de suma importancia para la política.

#### **1.1.8. Las Relaciones Públicas y la Comunicación Política**

En la actualidad, en el Ecuador, las Relaciones Públicas han empezado a ocupar un lado primordial y esencial en las organizaciones como es necesario y fundamental, ya que el manejo de una buena comunicación interna reflejará una excelente imagen externa logrando así la notoriedad pública favorable para la organización, ha permitido dar un enfoque de notoriedad a las Relaciones Públicas, generando un buen desempeño y desarrollo en las organizaciones.

Motivo por el cual, daremos uno conceptos claros de lo que son las Relaciones Públicas para el mejor desarrollo de este tema.

## 1.2. Definiciones de Relaciones Públicas

Rojas (2012), destaca y enfoca a las Relaciones Públicas en dos ámbitos, tanto para las personas como para las organizaciones, en donde a través de la Asociación de consultores de RR.PP. en Reino unido manifiesta lo siguiente:

“Las Relaciones Públicas tratan de reputación: el resultado de lo que haces, lo que dices y lo que otros dicen de ti. Las Relaciones Públicas son la disciplina que se preocupa por la reputación, con el objetivo de ganar comprensión, apoyo y opinión que influya en el comportamiento. Es el esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener buena voluntad y entendimiento mutuo entre una organización y sus públicos”. (p. 38)

Por otro lado Wilcox (2008), con un concepto más organización y sus públicos, da un concepto de Relaciones Públicas:

“ Las Relaciones Públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas, ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos a mantenerse al día y utilizar los cambios de forma eficaz, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas como principales herramientas”. (p. 46)

Estas definiciones establecidas de Relaciones Públicas aportan definitivamente al enriquecimiento de las personas y organizaciones que empleen esta herramienta de comunicación o estén dispuestos a implementarla, puesto que será de gran aporte para la elaboración de proyectos comunicacionales, planes de comunicación entre otros. Por lo que es necesario mencionarlos y hacer un énfasis en estos autores.

### 1.2.1. Relación entre las Relaciones Públicas y la Política

Si bien es cierto, las Relaciones Públicas aportan de manera positiva a las organizaciones, permitiendo de este modo que esta herramienta obtenga una buena imagen a nivel corporativo y además de ello a nivel político, por este motivo destacaremos la relación y el vínculo que tienen las Relaciones Públicas con la política, recalcando que:

“A pesar de que las relaciones públicas en su nacimiento se crearon para mantener a las empresas privadas en auge y así logra una mejor imagen institucional y poder tener el reconocimiento social ante un grupo de interés, en los últimos años las relaciones públicas han sido aprovechadas en el ambiente político, mejor conocido como “Marketing Político” sobre todo en tiempo de campaña o cuando los políticos quieren hacer llegar el mensaje a la opinión pública sobre lo que están realizando constantemente, a través de los medios de comunicación”. (Las Relaciones Públicas en la Política, 2011, parr.2)

Finalmente se puede decir que las relaciones públicas, son una herramienta clave para la política, ya que las acciones de relaciones públicas en conjunto con la política son las que crean y se encargan de crear la opinión pública de un personaje o actor político llegando finalmente a crear y construir una imagen pública favorable gracias a la elaboración de estrategias, tácticas y mensajes emitidos de parte del candidato o personaje público que le permitirán generar una notoriedad pública favorable para el mismo. (Barceló, 2009)

El punto primordial en las relaciones públicas es la buena imagen y la buena reputación de la misma, ya que al hablar de imagen se está hablando de una u otra manera de la reputación de la misma. Motivo por el cual la construcción de imagen es un proceso que requiere de dedicación, tiempo y sobretodo del buen

manejo de la comunicación y las relaciones públicas, en el caso de la política es vital importancia el manejo de estas dos, puesto que esto definirá la notoriedad pública ante un público objetivo al que va direccionado; siendo solo el público objetivo quien definirá la buena o mala imagen del personaje.

Al hablar de público objetivo nos referimos a los votantes o personas a las que van dirigidos los mensajes transmitidos por el personaje público por medio de medios de comunicación masivos como televisión, radio y prensa, o medios de comunicación alternativos como lo son las redes sociales, revistas y demás medios tradicionales. (Barceló, 2009)

### **1.2.2. Opinión Pública -Notoriedad Pública**

Para la construcción de opinión pública y notoriedad pública partiremos principalmente de la cristalización de esta con la política denominada esfera pública, en donde el portal ([www. Plataforma de Liderazgo Local](http://www.Plataforma de Liderazgo Local)) recuperado el 25/05/2015 nos dice:

El concepto que cristaliza el “cruce entre comunicación y política” es el de esfera pública. La conformación de la opinión pública comenzó a gestarse a partir de las revoluciones burguesas de principios del siglo XVIII y principios del siglo XIX.

“Con la emergencia de la sociedad de masas, aparecieron nuevas formas de argumentación; en lo político implicó la intensificación de la democracia a través de la ampliación sufragio (primero masculino y luego femenino) y la creación de los medios de comunicación masivos (prensa, radio, cine y televisión) que comenzaron a cumplir una función de “mediadores” entre las masas y sus representantes”. (p.15)

### 1.2.3. La Esfera Pública

La esfera pública es considerado un modelo de mediatización y el modelo clásico de la opinión pública, en el cual los medios de comunicación son los encargados de transmitir información a los ciudadanos para que estos puedan actuar responsablemente y exijan coherencia a sus políticos. El resultado fue que los medios de comunicación se convirtieron en “los perros guardianes de la democracia”, se amplió las estrategias participativas en la formación de la opinión pública y se hizo una política más abierta y plural. (www.Plataforma de Liderazgo Local.) recuperado el 25/05/2015.

Cuando se quiera comprender a la esfera pública encontramos al menos cuatro aspectos complementarios que la producen políticamente:

- La esfera pública como un espacio de interacción entre ciudadanos libres e iguales que construyen lo público de manera consensual y dialógica en la perspectiva de liberación ideal.
- La esfera pública como el lugar de interacción de solidaridades emocionales.
- La esfera pública como una arena o espacio de lucha por la visibilidad.
- La esfera pública interactiva que construye la sociedad en red de la internet y dispositivos móviles.

Entonces se dirá que la esfera pública es un concepto comunicativo fundamental para la política y la democracia que mezcla permanente deliberación



racional con solidaridad emocional con creación de referentes comunes con el objetivo de ganar notoriedad positiva.

#### **1.2.4. La Opinión Pública**

Jürgen Habermas, (2015), habla sobre el concepto de opinión pública, como ficción del estado de derecho y la disolución socio-psicológica del concepto en donde dice que:

"Opinión pública" significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, "representativa" o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programas. En la publicidad concurren ambas formas de notoriedad pública, pero "la" opinión pública es su común destinatario. (p.18)

Dado un concepto aún más claro y a fin de lo que es opinión pública y notoriedad pública, se puede concluir que estos conceptos están ligados y llegan a un fin, y es el de vender un producto (en este caso un personaje político) y un servicio de una institución ya sea pública o privada, en donde los medios de comunicación cumplen un rol muy importante. Motivo por el cual, se manejarán estos dos términos en el transcurso de esta investigación, ya que se realizará un estudio tanto de la primera autoridad municipal como de la misma institución.

Por otra parte Miralles (2011, p.28) plantea, que la opinión pública es aquella que:

“Utiliza para hacer referencia a las diferentes formas de expresión que una comunidad puede tener al respecto de temas públicos, no privados. La idea de opinión pública existe desde hace tiempo ya, siempre que se hable de la reacción o de la forma de pensar del pueblo ante determinados eventos políticos, sociales, económicos o culturales. Sin embargo, no hay duda alguna que la importancia que este concepto ha tomado en los últimos cincuenta años es mayor debido a que las nuevas tecnologías y la aparición de la internet han facilitado y ampliado las formas de expresión pública ante todo tipo de eventos”.

La opinión pública presenta como principales características generales las siguientes:

- Heterogeneidad
- Intensidad variable
- Naturaleza agregada y no decisional

#### **1.2.5. Notoriedad Pública**

“La notoriedad pública es aquella en que Serra dice que “se enfoca principalmente en personajes públicos como autoridades, funcionarios públicos quienes deben soportar, en su condición de tales, el que las actuaciones y el ejercicios de sus cargos y funciones se vean sometidos al escrutinio de la opinión pública y, en consecuencia, a que no solo se divulgue información sobre lo que digan o hagan al margen de las mismas, siempre que tengan una directa y evidente relación con el desempeño de sus cargos. En estos casos y en tanto lo divulgado se refiere directamente al ejercicio de las funciones públicas” (Serra, 2008: 100).

### 1.2.6. Público y Opinión Pública

Los públicos están compuestos, dicen por gente que no está en relación cara a cara, pero que, sin embargo, manifiestan intereses similares, o está expuesta a estímulos semejantes, aunque más o menos distantes”. Público es, entonces, aquella pluralidad de personas que constituyen el soporte de la opinión pública. A diferencia de otras pluralidades, como masa, muchedumbre o multitud, este término incorpora implícitamente, valoraciones positivas; por lo tanto, sólo el público es portador de opinión pública. Es por ello que, “cuando el público deja de ser crítico se disuelve o se transforma en multitud. Gerth y Mills (portal [www.mercaba.org](http://www.mercaba.org)) recuperado el 25/05/2015

En la opinión pública se pueden identificar varios grupos de públicos, en los que estan:

- **Público en general:** es el que corresponde a aquellos que consideran al público como la totalidad de la población.
- **Público que vota:** es una de las más comunes actividades del público, siendo el resultado de las elecciones para quienes la defienden la mayor visibilidad de la opinión pública en un sistema de democracia representativa.
- **Público atento:** es aquel sector de la ciudadanía que está informado e interesado en los asuntos públicos y que conforma la audiencia de las élites públicas.
- **Público activo:** es un grupo más pequeño, que sale del público atento; Normalmente a este grupo se le denomina élite, e incluye gente tan variada como líderes políticos, funcionarios gubernamentales, creadores de opinión,

entre otros. Todos ellos participan y compiten en una suerte de mercado de opinión en donde buscarán conseguir seguidores y conversos. Mills (portal [www.mercaba.org](http://www.mercaba.org)) recuperado el 04/05/2015.

### **1.2.7. Factores componentes de la opinión pública**

De las varias clasificaciones es interesante la propuesta por el profesor Bernard C. Hennessy (s.f.) en su libro “Opinión pública”, para quien los factores o componentes de la opinión pública se pueden agrupar de la siguiente manera:

- La presencia de un tema. La opinión pública se forma alrededor de un tema o conjuntos de temas públicos que se encuentran en el tapete y que ocasionan posturas contrapuestas.
- La naturaleza del público. Hay muchos públicos volcados hacia diferentes focos de interés. Cada tema genera su propio público, aunque en muchos casos algunos individuos se sitúen en diversos públicos.
- Un complejo de creencias del público. Se trata de la distribución de las opiniones sobre un tema. Hay que tener en cuenta que algunas creencias y sólo algunas son mutuamente excluyentes entre sí. Ellas están en función de las actitudes y experiencias anteriores, como de la complejidad del tema. Algunos temas homogenizan públicos y otros no. Este conjunto se denomina “complejo de creencias”. En política suele presentarse una situación dicotómica: posición de mayoría y de minoría. La expresión de la opinión pública. Resulta desde los medios de comunicación de toda su variedad hasta los gestos, mímica y todos los códigos simbólicos.

- El número de personas involucradas: en cada caso el número es diferente y quizá incierto; lo importante es que el número sea capaz de producir algún efecto. (p.34)

Estos componentes ya mencionados son básicos para entender los complejos pasos que conforman la estructuración y cambios en la opinión pública.

Por lo tanto la opinión pública es un concepto abstracto que hace referencia al fenómeno social de expresión de una comunidad ante diferentes tipos de circunstancias o eventos. Si bien es cierto, en muchos casos la idea de opinión pública se relaciona con cuestiones políticas y el modo en que los integrantes de una comunidad ven a determinados funcionarios públicos, candidatos políticos y personalidades gubernamentales, la verdad es que el concepto no se limita solamente al ámbito político y puede muchas veces demostrar reacción u formas de pensamiento ante eventos sociales, económicos, culturales, incluso del mundo conocido como del espectáculo o la farándula.

Sin embargo, a partir del establecimiento de democracias o de regímenes más participativos, la opinión pública se ha convertido en un elemento que no puede ser dejado de lado y que todos los políticos tienen en cuenta para tratar de obtener mayor apoyo o aprobación. (p.35)

### **1.2.8. Imagen Pública**

En años recientes la imagen pública se ha convertido en un área de oportunidades para académicos, investigadores y profesionales de las Ciencias de la Comunicación. Para las personas, personajes, empresas, instituciones, partidos, organizaciones es muy importante reparar en la importancia de su imagen pública, ya que ésta representa un aspecto fundamental de las comunicaciones estratégicas que los actores comunicativos establecen, de forma consciente o no, con los actores destinatarios de sus mensajes.

#### **1.2.8. Definiciones de imagen pública**

Para Peralta (2004, p.39), define a la imagen pública como “la percepción que una colectividad establece respecto de un actor, institución o referente cultural, con base en las impresiones y la información pública que recibe”.

Por otro lado Costa (s.f.), nos plantea que “la imagen pública no es un objeto o una cosa material que se encuentra en el espacio exterior sino una representación mental, un fenómeno imaginario. Fuera del público, de una colectividad, las imágenes públicas no existen”

Finalmente, Duarte (2010, parr.1), nos dice lo siguiente:

“ La imagen pública es la percepción general que comparte el público objetivo acerca de una marca, un producto, una persona, una empresa, una institución o un país, misma que provocará un juicio de valor u opinión y que le motivará a adoptar, ante estos, una determinada conducta de rechazo o aceptación”.

Sobre todos estos conceptos de imagen pública a los que nos hemos referido, es indispensable tener presente los siguientes aspectos: el primero, entender que la imagen representa un efecto interno en el cual intervienen algunos factores externos que condicionan el sentido de la expresividad. El segundo, que la imagen pública representa un juicio de valor cultural. Y por el último, que el desarrollo de una imagen pública involucra un proceso de comunicación dirigido. (López, s.f.)

### **1.3. Relaciones Públicas y Comunicación en los GAD Municipales del Ecuador.**

Sin duda alguna las Relaciones Públicas y la comunicación en los GAD Municipales del Ecuador se han ido desarrollando de una manera favorable, puesto que poco a poco se lo ha ido implementando como una herramienta de mucha importancia para estos gobiernos autónomos descentralizados, y para mejorar su desarrollo.

Un buen manejo de comunicación para estos gobiernos municipales, y para todo el ámbito corporativo a nivel nacional sirve de mucho, ya que la información estará a la orden del día no solo de forma externa sino que también de forma interna entre departamentos y direcciones, puesto que esto es de suma importancia para el buen manejo de imagen y mejorar el clima laboral. Lo que permitirá de esta manera un trabajo en equipo ameno y sobre todo, reflejar una buena imagen interna en lo esencial para fortalecer aún más la imagen externa de una organización ya sea pública como privada.

### 1.3.1. Importancia de las Relaciones Públicas en los GAD Municipales.

Con el transcurso del tiempo, las sociedades han evolucionado y hoy son sociedades con opinión activa, esto quiere decir que los gobiernos se deben encargar de informar y comunicar sus acciones de gestión, para que el pueblo lo pueda ir evidenciando durante su periodo o administración. Desde lo político, cuesta que los gobiernos municipales puedan desarrollar su política sin ignorar lo que a nivel nacional se comunica, esto genera un impedimento a la hora de llevar a cabo campañas tanto electorales como de comunicación con la comunidad, ya que puede influir en la opinión pública del lugar.

Para realizar este análisis es necesario realizar un abordaje acerca de la Comunicación y las Relaciones Públicas en estos gobiernos municipales, puesto que las sociedades no son estáticas y todo lo que las moldea cambia o varía con el pasar del tiempo y de línea política actual. Mostrando claramente así una notoriedad pública favorable o no favorable dependiendo de su gestión administrativa. (Importancia de la comunicación para los municipios, intendencias y alcaldías 2014. Disponible a través de: (<http://nuevacomunicacionargentina.blogspot.com/2012/01/la-importancia-de-la-comunicacion-nivel.html>) recuperado el 05/08/2015

Desde este modo, la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), sede Imbabura, ha considerado que el ámbito de las Relaciones Públicas y la Comunicación es muy importante no solo en las municipalidades sino que en toda empresa ya sea del sector público y privado. Es por ello que la mayoría de municipalidades en el Ecuador cuentan ya sea con un Departamento de Comunicación o un encargado de las Relaciones Públicas, así lo asegura la Licenciada Grima Tapia, Unidad Técnica Regional uno de la AME de la ciudad de



Ibarra, considerando que la implementación de dicho departamento contribuirá con el desarrollo de los municipios.

Es muy importante que los ciudadanos comprendan la administración pública local, de esta manera tendrán un concepto más objetivo de los hechos que realiza, en este caso la municipalidad de su ciudad, lo que permitirá que todos los integrantes de una comunidad sean capaces de analizar y entender los problemas de su Gobierno Seccional, para lo cual deben estar en contacto frecuente con las herramientas de comunicación que posean no solo las direcciones sino que también los departamentos de esta institución. Motivo por el cual, se necesita la presencia de especialistas en Relaciones Públicas Gubernamentales para explicar y esclarecer cada proceso que conlleva la administración actual, para dotar a la misma de una imagen positiva tanto interna como externamente.

La necesario que el Municipio adquiera o coloque una herramienta como las Relaciones Públicas como medio efectivo de desarrollo de estas jurisdicciones, de sus ideas y de sus auténticos valores humanos, esto sirve para determinar algunos puntos ya sean positivos como negativos en el área gubernamental en lo que se refiere a las políticas de Relaciones Públicas.

Para un profesional de las Relaciones Públicas en el Ecuador es muy importante conocer el desarrollo de esta disciplina en el ámbito gubernamental municipal, puesto que reclama un estudio de las personas, grupos y condiciones locales, socioeconómicas y culturales. Esto le ayudará mucho a la hora de escuchar a los ciudadanos acerca de temas relacionados en general con sus necesidades y manera de gobierno de la ciudad, permitiendo de esta manera abrir un diálogo entre la primera autoridad y la ciudadanía en general, lo que denotará

una imagen y notoriedad pública favorable no solo a su mandatario sino a toda la institución en general.

El desempeño y la suma importancia que cumplen los medios de comunicación es esencial, puesto que son los mejores amigos o aliados para un Relacionista Público, ellos harán noticia de todo lo que respecta a una organización o institución, permitiendo de esta manera abrir un espacio más formal y sencillo entre los televidentes y las autoridades, por lo que es muy aconsejable que existan estrechas relaciones entre el medio y el Relacionista. Señaló Tapia.

Finalmente para un correcto desempeño laboral, no se debe olvidar de los cuatro principales objetivos de Relaciones Públicas en un Gobierno Municipal que menciona Black, (s.f. p.169) los cuales son:

1. Mantener a los ciudadanos informados de la política y actividades de la Administración Pública local.
2. Dar oportunidades para que los ciudadanos expresen sus puntos de vista antes de la aprobación final de la autoridad competente.
3. Iluminar el camino de los ciudadanos respecto de los trabajos municipales e informarles de sus derechos y obligaciones.
4. Promover un sentimiento de orgullo cívico.

### **1.3.2. Importancia de la Comunicación en los GAD Municipales.**

Damián Jacobovich, en su blog “Nueva Comunicación” (2015) manifiesta que la Comunicación Municipal no es otra cosa que:

“La consecuencia de esta nueva era comunicacional, la comunicación, tanto en su dimensión interna y externa se convertido en uno de los factores claves en lo que hace al éxito de la gestión municipal y al reconocimiento de la misma por parte de la misma”. (parr.3)

El nuevo espacio que ocupan los Municipios del Ecuador en la actualidad, han tomado mayor centralidad en la vida política y han complejizado y ampliado su modo de gestión; Al hablar de política, esto se refiere al apoyo entre nación, provincia y municipio, manifestándose en programas nacionales que deben ser ejecutados a nivel Municipal. Por lo que es necesario que la comunicación se fortalezca con las autoridades nacionales o a su vez provinciales, para de esta manera acordar apoyos económicos que se materialicen en políticas, de esta manera la administración está expuesta a la opinión pública, que puede poner en tela de juicio su imagen, credibilidad y, en consecuencia su legitimación. Nueva Comunicación (2015).

Tal como lo dice Martínez Bagueño (1985), “el objetivo principal de los gabinetes de comunicación municipal, no es otro y desarrollar al máximo las relaciones con los ciudadanos reforzando el conocimiento que estos poseen de la administración”.

Para planificar y gestionar todas las estrategias y políticas comunicativas del ente municipal, se trabaja con un doble propósito, que es el de dar a conocer a los diferentes segmentos de la ciudadanía al ente municipal, como organización que presta servicios y desarrolla actividades de diferente índole; y, por otra parte, propiciar políticas de proximidad y participación ciudadana a través de procesos de comunicación bidireccional: ambos, se plantean con el objetivo final de consolidar una imagen positiva que redunde en la credibilidad y legitimación de la organización pública. A pesar de que las relaciones con los medios de comunicación siguen siendo consideradas como el rol esencial a desarrollar dentro de la comunicación municipal.

La finalidad de un departamento de comunicación o el buen manejo de comunicación en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, tiene un solo objetivo y es el de fortalecer la comunicación y las Relaciones Públicas, a través de una estrategia profesional que es de suma necesidad para la legitimación del Gobierno. Una técnica que no se reduzca solo a técnicas publicitarias y de posicionamiento de mercado, sino que aborde la totalidad a través de una mirada compleja de las problemáticas ciudadanas y de las relaciones de poder entre los distintos actores políticos, económicos y sociales a nivel local, provincial y también nacional. (Puig, 2003)

## CAPÍTULO II

### **2. MARCO INSTITUCIONAL: ESTRUCTURTA POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO**

Considerando el objeto de estudio, que es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo se partirá desde lo general hacia lo específico, proporcionando de esta manera un mejor entendimiento para sus lectores.

#### **2.1. Antecedentes históricos del cantón Otavalo**

El plan de vida de Otavalo (2001), resume la síntesis histórica del cantón y señala que de legitimarse la hipótesis del HOMO OTAVALENSIS u HOMO OTAVALUS nuestra antigüedad dataría de unos 28.000 años atrás. Si diferentes son los testimonios que buscan explicar la presencia de los primeros habitantes del sector, es lógico deducir que el origen de la palabra OTAVALO tiene varias interpretaciones. En base al idioma Chaima (Caribe-Antillano). Otavalo provendría de OTO-VA-L-O que significa “lugar de los antepasados”. Si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como “casa”. Con el fundamento del idioma Chibcha OTE-GUA-LO daría el significado “en lo alto grande laguna” y por último en lengua de los indígenas de la zona se traduciría “como cobija de todos” y SARANCE como “pueblo que vive de pie”. A través de: (portal [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec)) recuperado el 14/05/2015

### **2.1.1. Reseña histórica del cantón Otavalo**

En Otavalo existieron “Indios Mercaderes” que se denominaron mindaláes, durante el siglo XVI. No vivían en sus comunidades, sino en sitios estratégicos desde el punto de vista del intercambio comercial, su posición de agentes viajeros les ubicó en un lugar privilegiado

En 1580 empieza a funcionar el Obraje Mayor de Otavalo y el de Peguche que funcionó desde 1613. La Institución Administrativa del Corregimiento tuvo su vigencia por más de tres centurias en la vida de Otavalo.

La Junta Superior Gubernativa reconoce los hechos y eleva el asiento de Otavalo a la Categoría de Villa el 11 de Noviembre de 1811.

Por medio de la Ley de División territorial de Colombia. Otavalo fue cantonizado el 25 de Junio de 1824 por el general Francisco de Paula Santander. La eleva a categoría de ciudad por el Libertador Simón Bolívar, por su contribución a la causa de la independencia americana, mediante Decreto del 31 de Octubre de 1829.

En el año de 1973 hasta 1975 se construye el mercado Centenario. Conocida actualmente como Mercado Artesanal o Plaza de los Ponchos.

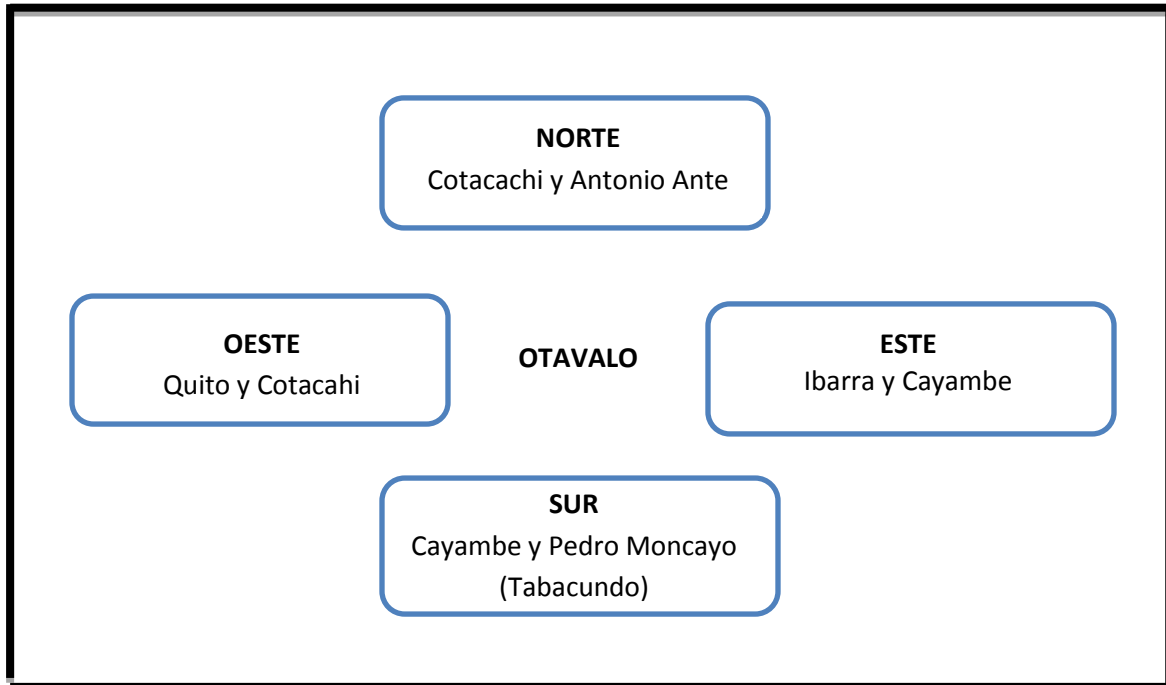
Desde el año 2000, se amplió la cobertura hasta cerca del 100% y se mejoró la calidad de los servicios básicos (agua potable, alcantarillado, alumbrado público, vialidad) de la ciudad Otavalo.

En la actualidad, San Luis de Otavalo o simplemente Otavalo ha sido declarada como “Capital Intercultural del Ecuador” por ser una ciudad con enorme potencial en varios aspectos, poseedor de un encanto paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial. Este valle andino es hogar de la etnia indígena kichwa de los otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica. La Plaza de los Ponchos o Plaza Centenario, colorido mercado artesanal de confluencia a donde turistas de todas las partes del mundo llegan para admirar la diversidad y habilidad artesanal y comercial. Convirtiendo de esta manera a este cantón como uno de los principales destinos turísticos visitados por nacionales y extranjeros. A través de: (portal [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec)) recuperado el 14/05/2015

### **2.1.2. Perfil geográfico**

Con una superficie de 528 kilómetros cuadrados, el cantón Otavalo está ubicado en la provincia de Imbabura, región norte del Ecuador, sus límites son:

Gráfico N° 1



**Elaborado por:** Andrea Andrade, a través de: (portal [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec))

### 2.1.3. Altitud y clima

Otavalo se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicado geográficamente en las coordenadas de: 78° 15' 49" longitud oeste; 0° 13' 43" latitud norte. Hay diferencias altitudinales, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura. La temperatura promedio es de 14 grados centígrados.

La ciudad está ubicada a 110 kilómetros al norte de Quito, capital del Ecuador; asentada en un amplio valle, cuya superficie es de 82,10 kilómetros cuadrados, a una altura de 2.565 m.s.n.m. Está rodeada por los cerros Imbabura, Mojanda, Las



Lomas de Yambiro y Pucará. (Dirección de Planificación del GAD Municipal del Cantón Otavalo, Administración 2014-2019)

#### 2.1.4. Características generales del cantón Otavalo

**Tabla N° 3**

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>País</b>                    | Ecuador   |
| <b>Provincia</b>               | Imbabura  |
| <b>Región</b>                  | Sierra  |
| <b>Cabecera Cantonal</b>       | San Luís de Otavalo                                     |
| <b>Alcalde</b>                 | Abogado Gustavo Pareja Cisneros                         |
| <b>Moneda</b>                  | Dólar americano   |
| <b>Idioma</b>                  | Español y Kichwa  |
| <b>Población Urbana</b>        | 38% equivalente a 39 354 habitantes                     |
| <b>Población Rural</b>         | 62% equivalente a 65 520 habitantes                     |
| <b>Porcentaje de indígenas</b> | 57,24% equivalente a 60 029 habitantes                  |
| <b>Porcentaje de mestizos</b>  | 40,30% equivalente a 42 264 habitantes                  |
| <b>Otros</b>                   | 2,46% migrantes nacionales y extranjeros                |
| <b>Población total</b>         | <b>INEC 2010, 108.504 habitantes del cantón Otavalo</b> |

**Elaborado por:** Andrea Andrade, a través de: (portal [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec))

### 2.1.5. División política y administrativa

El cantón Otavalo está formado por once parroquias, de las cuales dos son urbanas y las nueve son rurales.

La parroquia urbana de San Luís está conformada por las siguientes comunidades:

- Imbabuela Alto y Bajo.
- Mojanda.
- Mojanda mirador.
- Mojandita.
- Taxopamba y Cuatro Esquinas.

La parroquia urbana El Jordán está conformada por las siguientes comunidades:

- Cotama.
- Guanansi.
- Gualapuro.
- La Compañía.
- Camuendo.
- Libertad de Azama.

Las nueve parroquias rurales son:

- Eugenio Espejo.
- San Pablo del Lago.
- González Suárez.
- San Rafael de la Laguna
- San Juan de Ilumán
- Miguel Egas Cabezas (Peguche).
- San José de Quichinche.
- San Pedro de Pataquí.
- Selva Alegre

## **2.2. Gobiernos Autónomos Descentralizados**

En el Ecuador existen un total de 221 Municipios ya sea en la división político – administrativa, la misma que está conformado por un total de 221 cantones.

La AME (Asociación de Municipios del Ecuador), nace con el objetivo de mantener y fomentar la intermunicipalidad como medio de cooperación entre los municipios; para investigar, estudiar, resolver y recomendar mejoras en la aplicación de los métodos más eficientes en el gobierno y administración municipales; proporcionar los medios por los cuales los funcionarios puedan canjear ideas y experiencias y obtener informes, sugerencias e indicaciones; recoger, compilar y distribuir entre los funcionarios municipales, informaciones sobre el gobierno municipal y la administración de sus asuntos; preparar, propagar y apoyar leyes que sean beneficiosas para la administración de asuntos municipales y oponerse a la legislación perjudicial para los mismos; fomentar la educación en el gobierno municipal y hacer cuanto sea necesario y propicio para beneficio de las municipalidades en la administración de sus asuntos, y, en

general realizar los objetivos de cooperación municipal. A través del (portal [www.ame.gob.ec](http://www.ame.gob.ec)) recuperado el 17/05/2015.

### **2.2.1. Definición de Gobierno Autónomo Descentralizado**

El artículo 238 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que constituyen Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales, y estos gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y se rigen por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. Es decir, son las instituciones que conforman la organización territorial del Estado Ecuatoriano.

Los GAD están organizados de la siguiente manera:

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

Regímenes especiales:

- GAD de Distritos Metropolitanos
- Gobierno de régimen especial de la provincia de Galápagos

- Circunscripciones territoriales de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro-ecuatorianas y montubias.

### **2.2.2. Competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados**

Posteriormente, el capítulo tercero desde el artículo 251 hasta el artículo 274 trata lo relacionado a los GAD, incluyendo sus competencias, las cuales las define como las siguientes:

### **2.2.3. De los GAD Regionales:**

- Planificar el desarrollo regional y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, provincial, cantonal y parroquial.
- Gestionar el ordenamiento de cuencas hidrográficas y propiciar la creación de consejos de cuenca, de acuerdo con la ley.
- Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte regional y el cantonal en tanto no lo asuman las municipalidades.
- Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito regional.
- Otorgar personalidad jurídica, registrar y controlar las organizaciones sociales de carácter regional.
- Determinar las políticas de investigación e innovación del conocimiento, desarrollo y transferencia de tecnologías, necesarias para el desarrollo regional, en el marco de la planificación nacional.
- Fomentar las actividades productivas regionales.
- Fomentar la seguridad alimentaria regional.

- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

#### **2.2.4. De los GAD Provinciales:**

- Planificar el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial.
- Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial, que no incluya las zonas urbanas.
- Ejecutar, en coordinación con el gobierno regional, obras en cuencas y micro cuencas.
- La gestión ambiental provincial.
- Planificar, construir, operar y mantener sistemas de riego.
- Fomentar la actividad agropecuaria.
- Fomentar las actividades productivas provinciales.
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

#### **2.2.5. De los GAD Municipales:**

- Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.
- Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón.
- Planificar, construir y mantener la vialidad urbana.

- Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley.
- Crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras.
- Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte público dentro de su territorio cantonal.
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley.
- Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.
- Formar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales.
- Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley.
- Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.
- Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras.
- Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios.
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

### **2.2.6. Y de los GAD Parroquiales y Rurales**

- Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
- Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.
- Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos. A través de (portal [www.guiaosc.org](http://www.guiaosc.org)) recuperado el 20/05/2015.

### **2.3. Estructura de los Gobiernos Autónomos Descentralizados**

Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir a través del ejercicio de sus competencias. Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados. A través de (portal [www.oas.org](http://www.oas.org)) recuperado el 20/05/2015



Estos ciudadanos electos democráticamente tendrán de los siguientes cargos en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales:

- **Concejo Municipal:** Es el órgano de legislación y fiscalización del gobierno autónomo descentralizado municipal. Estará integrado por el alcalde o alcaldesa, que lo presidirá con voto separado, y por los concejales o concejalas elegidos por votación popular, de conformidad con lo previsto en la ley de la materia electoral. En la elección de los concejos o concejalas se observará la proporcionalidad de la población urbana y rural prevista en la constitución y la ley.
- **Concejales o Concejalas:** los concejales o concejalas serán responsables ante la ciudadanía y las autoridades competentes por sus acciones u omisiones en el cumplimiento de sus atribuciones, estarán obligados a rendir cuentas a sus mandantes y gozarán de fuero de corte provincial.
- **Alcalde o Alcaldesa:** el alcalde o alcaldesa es la primera autoridad del ejecutivo del gobierno autónomo descentralizado municipal, elegido por votación popular de acuerdo con los requisitos y regulaciones previstas en la ley de la materia electoral.
- **Vicealcalde o Vicealcaldesa:** es la segunda autoridad del gobierno autónomo descentralizado municipal elegido por el concejo municipal de entre sus miembros. Su designación no implica la pérdida de la calidad de concejal o concejala. Reemplazará al alcalde o alcaldesa en caso de su ausencia y en los casos expresamente previstos en la ley. A través de (portal [www.oas.org](http://www.oas.org)) recuperado el 21/05/2015.

## **2.4. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo**

### **2.4.1. Estructura Organizacional**

- **Misión institucional**

Mejorar las condiciones de vida de población cantonal a través de la implementación de proyectos y actividades que promueven el desarrollo productivo y turístico, el fortalecimiento social – intercultural, una buena gestión ambiental y el fortalecimiento y desarrollo institucional cantonal.

- **Visión institucional**

Liderar los procesos de desarrollo local a nivel nacional, de manera sustentable, respetando el ambiente, promoviendo la interculturalidad, la inclusión social, el turismo y la equidad de género, generando productos y servicios públicos de calidad, con talento humano idóneo y capacitado.

- **Objetivos institucionales**

- Fomentar, fortalecer y desarrollar actividades, en los sectores agropecuario, industrial, artesanal, turístico, comercial y de servicios, generadoras de articulaciones productivas para impulsar la cohesión económica cantonal en concordancia con las competencias constitucionales y legales.

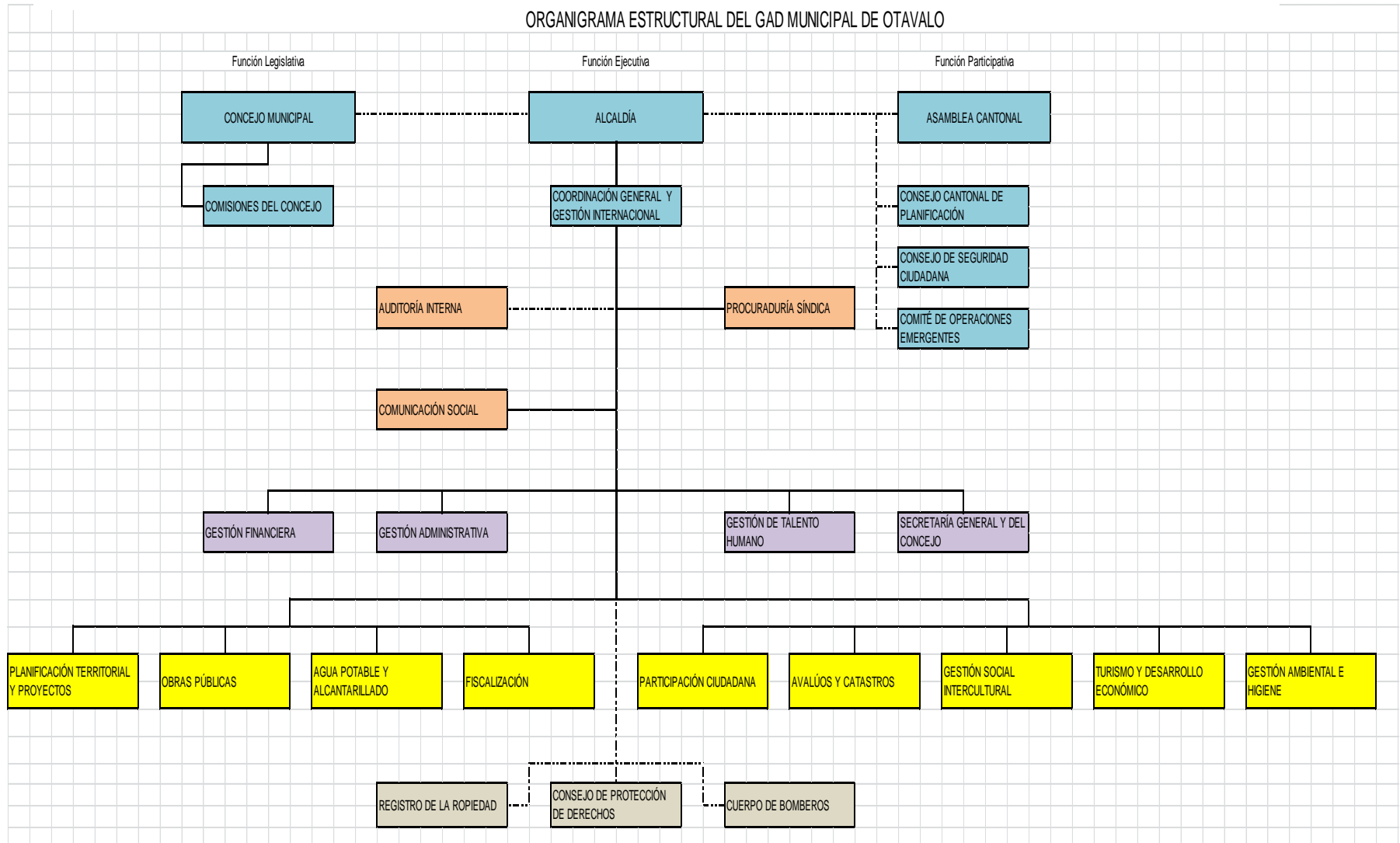
- Propender al Buen Vivir dentro de la convivencia intercultural, multiétnica y el respeto al patrimonio cultural, para construir una sociedad más justa, equitativa e inclusiva.
  - Conservar y manejar sustentable y sosteniblemente los recursos: agua, suelo, aire, biodiversidad y agrobio diversidad y el patrimonio natural, realizar la prevención y mitigación de la contaminación ambiental y riesgos naturales.
  - Lograr la articulación del tejido social a través del fortalecimiento institucional, organizativo y participativo ciudadano generando e innovando formas de control social y rendición de cuentas de sus autoridades a la ciudadanía y viceversa para una eficiente y eficaz gestión en el territorio.
  - Promover el ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que mejore la relación urbano rural de manera acogedora, segura, en armonía con el ambiente e identidad cultural.
  - Mejorar la viabilidad y la gestión del servicio de transporte y con amplia cobertura.
- 
- **Compromiso**

Trabajar con compromiso y transparencia en beneficio de los habitantes urbanos y rurales del Cantón Otavalo y fortalecer las políticas públicas que permitan materializar los objetivos trazados a favor de la colectividad y cumplir a cabalidad con lo que determina el marco legal vigente. (Dirección Administrativa del GAD Municipal del cantón Otavalo. Administración 2014-2019)

• Estructura orgánica

Gráfico N° 2

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO



Obtenido a través de: (portal [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec))

## 2.4.2. Estructura de procesos del organigrama estructural

Tabla N° 4

| <b>PROCESOS GOBERNANTES</b>  |   |
|--|---|
| Gestión del Direccionamiento<br>Político y Estratégico   | <b>Unidad:</b> Alcaldía<br><b>Responsable:</b> Alcalde (SA)   |
| Dirigir, controlar y evaluar la gestión municipal  |   |
| Gestión de Coordinación<br>General para la ejecución del<br>Direccionamiento Político y<br>Estratégico   | <b>Unidad:</b> Coordinación General y<br>Gestión Internacional<br><b>Responsable:</b> Coordinador(a)<br>General |
| Coordinar la planificación, ejecución y evaluación de los planes, programas y proyectos así como las actividades administrativas, financieras, operativas y técnicas de la institución |   |

| <b>PROCESOS HABILITANTES DE ASESORÍA</b>  |   |
|---|---|
| Gestión de Procuraduría<br>Síndica  | <b>Unidad:</b> Procuraduría Síndica<br><b>Responsable:</b> Procurador(a)<br>Síndico(a)          |
| Asesorar, patrocinar y vigilar dentro del marco jurídico vigente, garantizando la gestión del Gobierno Autónomo descentralizado Municipal del Cantón Otavalo          |   |
| Gestión de Comunicación<br>Social   | <b>Unidad:</b> Comunicación Social<br><b>Responsable:</b> Director(a) de<br>Comunicación Social |
| Comunicar e informar a la ciudadanía, servidores públicos y demás actores sociales sobre la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Catón Otavalo |   |
| Gestión de Auditoría Interna  | <b>Unidad:</b> Auditoría Interna<br><b>Responsable:</b> Auditor General                         |

|   |         |
|---|---------|
|   | Interno |
| Vigilar, verificar y evaluar la correcta aplicación de la Constitución, leyes, códigos, reglamentos, ordenanzas y demás normativa vigente |         |

| <b>PROCESOS HABILITANTES DE APOYO</b>  |   |
|--|---|
| Gestión Administrativa   | <b>Unidad:</b> Dirección Administrativa<br><b>Responsable:</b> Director(a) Administrativa(0)    |
| Planificar, administrar, adquirir y vigilar eficazmente los recursos materiales, garantizando a las diferentes unidades el constante, oportuno y eficaz aprovisionamiento de insumos, materiales, equipos y servicios requeridos para el cumplimiento de los objetivos institucionales |   |
| Gestión Financiera   | <b>Unidad:</b> Dirección Financiera<br><b>Responsable:</b> Director(a) Financiero(a)            |
| Administrar, gestionar y controlar eficiente y eficazmente los ingresos, gastos y financiamiento de la institución   |   |
| Gestión del Talento Humano   | <b>Unidad:</b> Dirección de Talento Humano<br><b>Responsable:</b> Director(a) de Talento Humano |
| Captar, retener, capacitar y evaluar al talento humano del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo  |   |
| Gestión de Secretaría Nacional y del Consejo   | <b>Unidad:</b> Secretaría General<br><b>Responsable:</b> Secretario(a) General                  |
| Dar fe de la actividad legislativa y resolutoria del Consejo Municipal y de las decisiones y resoluciones que adopte la Alcaldesa o Alcalde del cantón   |   |

| <b>PROCESOS AGREGADORES DE VALOR</b>  |  |
|---|--|
| Gestión de Planificación Territorial y Proyectos  | <p><b>Unidad:</b> Dirección de Planificación Territorial y Proyectos</p> <p><b>Responsable:</b> Director(a) de Planificación Territorial y Proyectos</p> |
| Diseñar y proponer planes, programas y proyectos para la planificación del desarrollo y del ordenamiento territorial que propicien la articulación entre los diferentes niveles de Gobierno |  |
| Gestión de Obras Públicas   | <p><b>Unidad:</b> Dirección de Obras Públicas</p> <p><b>Responsable:</b> Director(a) de Obras Públicas</p>   |
| Dirigir, organizar y ejecutar los planes y programas de construcción, señalización de obras a su cargo y mantenimiento de la infraestructura vial del cantón                                |  |
| Gestión de Agua Potable y Alcantarillado  | <p><b>Unidad:</b> Dirección de Agua Potable y Alcantarillado</p> <p><b>Responsable:</b> Director(a) de Agua Potable y Alcantarillado</p>                 |
| Dirigir, organizar y ejecutar los planes y programas de agua potable y alcantarillado y sistema de tratamiento urbano y rural   |  |
| Gestión de Fiscalización  | <p><b>Unidad:</b> Dirección de Fiscalización</p> <p><b>Responsable:</b> Director(a) de Fiscalización</p>   |
| Velar por el cumplimiento de las normas, ordenanzas, leyes y demás regulaciones que disponga el ordenamiento urbano y rural del Cantón Otavalo  |  |
| Gestión de Participación Ciudadana y Control Social   | <b>Unidad:</b> Participación Ciudadana   |

|   |  |
|---|--|
|   | <b>Responsable:</b> Director(a) de Participación Ciudadana   |
| Promover la participación ciudadana para un efectivo involucramiento de la comunidad urbana y rural en los procesos de desarrollo del Cantón Otavalo  |  |
| Gestión de Avalúos y Catastros  | <b>Ubicación:</b> Dirección de Avalúos y Catastros<br><b>Responsable:</b> Director(a) de Avalúos y Catastros                       |
| establecer y definir las políticas, estrategias, normas y procedimientos de generación, registro y actualización de la información relacionada con los avalúos y catastros urbanos y rurales del cantón |  |
| Gestión Social Intercultural  | <b>Ubicación:</b> Dirección Social Intercultural<br><b>Responsable:</b> Director(a) Social Intercultural                           |
| Planificar, coordinar, preservar, mantener, fortalecer, promover y difundir el desarrollo social, educativo, cultural, patrimonial, deportivo y recreativo en el Cantón Otavalo                         |  |
| Gestión de Turismo y Desarrollo Económico Local   | <b>Ubicación:</b> Dirección de Turismo y Desarrollo Económico<br><b>Responsable:</b> Director(a) de Turismo y Desarrollo Económico |
| Planificar, coordinar, fortalecer y promover el desarrollo turístico sostenible y desarrollo económico del Cantón Otavalo   |  |
| Gestión Ambiental e Higiene   | <b>Ubicación:</b> Dirección de Ambiente e Higiene<br><b>Responsable:</b> Director(a) de Ambiente e Higiene                         |
| Velar por un ambiente sano y un modelo sustentable de desarrollo equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, conservando la   |  |



biodiversidad y los ecosistemas para garantizar el buen vivir o Sumak Kawsay

| <b>PROCESOS DESCONCENTRADOS</b>   |  |
|---|--|
| Gestión de Registro de la Propiedad   | <p><b>Unidad:</b> Registro de la Propiedad</p> <p><b>Responsable:</b> Registrador(a) de la Propiedad</p>       |
| Gestión de Cuerpo de Bomberos   | <p><b>Unidad:</b> Cuerpo de Bomberos</p> <p><b>Responsable:</b> Comandante General del Cuerpo de Bomberos</p>  |
| Gestión de Protección de Derechos   | <p><b>Unidad:</b> Consejo Cantonal de Protección de Derechos</p> <p><b>Responsable:</b> Secretario General</p> |
| Los procesos desconcentrados se regirán estrictamente a las disposiciones establecidas en la ley u ordenanzas de creación y funciones |  |

**Elaborado por:** Andrea Andrade a través de: (portal [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec))

## 2.5. Herramientas comunicacionales

El GAD Municipal del cantón Otavalo cuenta con las siguientes herramientas de comunicación tanto a nivel interno como externo:

### 2.5.1. Herramientas de comunicación internas

**Tabla N° 5**

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <p><b>Parlantes</b></p>           | <p>Esta herramienta de comunicación se emite a través de la Dirección de Talento Humano, en la cual informa y comunica a todo el personal interno del GAD Municipal del cantón Otavalo las actividades por realizar ya sean sociales, culturales y deportistas</p>  |
| <p><b>Gaceta</b></p>              | <p>Elaboración de la primera gaceta Municipal y difusión de la misma, entregada al personal interno de la Municipalidad, en la que constan 6 ordenanzas, como lo estipula el COOTAD</p>   |
| <p><b>Pantallas LED</b></p>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pantallas LED ubicadas en ventanilla única, en donde la ciudadanía paga sus impuestos y tramita sus asuntos legales que entran en competencias de la municipalidad.</li> <li>• Esta herramienta de comunicación es tanto interna como externa ya que no solo informa al público interno y externo</li> </ul> |
| <p><b>Cartelera Municipal</b></p> | <p>Esta herramienta funciona de manera interna y externa ya que en ella se reflejan las actividades no solo de la municipalidad sino de las comunidades que conforman el cantón así también como de las festividades</p>  |
|                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El periódico municipal denominado “Juntos caminamos” se lo elabora en la Dirección de Comunicación; se lo presenta de forma mensual y</li> </ul>   |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <p><b>Periódico Municipal</b></p> | <p>está escrito en dos idiomas que son el español y el kichwa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Este medio de comunicación está abierto al público tanto interno como externo.</li> </ul>  |
| <p><b>Comunicación formal</b></p> | <p>El proceso de comunicación entre Direcciones y demás departamentos es de manera formal y su entrega es física, todo lo referente a asuntos municipales internos y externos, pero no siempre es la adecuada ya que existen algunos des acuerdos entre direcciones, lo que bloquea la comunicación.</p> |

**Elaborado por:** Andrea Andrade a través de: Dirección de Comunicación GADM Otavalo

### 2.5.3. Herramientas de comunicación externa

**Tabla N° 6**

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <p><b>Cartelera Municipal</b></p> | <p>Esta herramienta de comunicación funciona de manera interna y externa ya que en ella se reflejan las actividades no solo de la municipalidad sino de las comunidades que conforman el cantón así también como de las festividades</p>   |
| <p><b>Periódico Municipal</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El periódico municipal denominado “Juntos caminamos” se lo elabora en la Dirección de Comunicación; se lo presenta de forma mensual y está escrito en dos idiomas que son el español y el kichwa.</li> <li>• Este medio de comunicación está abierto al público tanto interno como externo, así como</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
|   | también a instituciones públicas y privadas   |
| <b>Personajes<br/>Oficiales<br/>Municipales</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personajes distintivos de la actual administración con la cual se identificará la municipalidad. La presentación de estos personajes abarca la interculturalidad del cantón.</li> <li>• Dos personajes representados por un niño mestizo y una niña indígena como significado de unión entre culturas</li> </ul> |
| <b>Noti Flash</b>                               | Capsulas noticiosas del cantón y la municipalidad, que la Dirección de Comunicación extiende a los medios locales y de la provincia   |
| <b>Spot Municipales</b>                         | Utilizados especialmente en eventos coyunturales del cantón y la municipalidad, al igual realizadas por la Dirección de Comunicación y con extensión a medios locales y de la provincia   |
| <b>Perifoneo</b>                                | Los perifoneos son grabados en la Dirección de Comunicación y se los trasmite a toda la ciudadanía, los temas son sociales, culturales y deportivos   |
| <b>Pantallas LED</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pantallas LED ubicadas en ventanilla única, en donde la ciudadanía paga sus impuestos y tramita sus asuntos legales que entran en competencias de la municipalidad.</li> <li>• Esta herramienta de comunicación es tanto interna como externa ya que no solo informa al público interno y externo</li> </ul>     |
|   | Los boletines de prensa se los emite a través   |

|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>Boletines de prensa</b></p>  | <p>de la Dirección de Comunicación y van dirigidos a medios de comunicación para que los publiquen en medios impresos a nivel provincial y nacional.</p>  |
| <p style="text-align: center;"><b>Rendición de Cuentas</b></p> | <p>En esta revista de rendición de cuentas se muestra las actividades de cada departamento que conforma el Municipio además de todo el trabajo que se ha realizado durante un año de administración</p> |

**Elaborado por:** Andrea Andrade a través de: Dirección de Comunicación GADM Otavalo

Finalmente podemos acotar, que el GAD Municipal del cantón Otavalo cuenta con una comunicación formal que pretende potenciar los canales de comunicación ya existentes entre sus principales prioridades.

De esta manera citaremos el manejo de comunicación municipal de esta institución de la siguiente manera:

- **Comunicación lateral:** la misma que se produce entre miembros que presentan el mismo nivel de jerarquía.
- **Comunicación Ascendente:** la misma que parte de la base hacia la jerarquía.
- **Comunicación Descendente:** la misma que va desde la jerarquía hacia la base de la estructura. (Dirección de Comunicación. Administración 2014 - 2019)

## 2.6. Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo

### 2.6.1. Abogado. Edison Gustavo Pareja Cisneros

Gustavo Edison Pareja Cisneros, nació el 10 de Enero de 1947, en el cantón Otavalo conocido como el “Valle del amanecer”, de profesión abogado, con varios pos grados, fue candidato para alcalde de Otavalo en las elecciones seccionales del año 2014. Comienza a incursionar su vida en la política en los años 80 como Diputado alterno, de igual manera, fue fundador de su propio movimiento político denominado “Movimiento Fuerza Ciudadana”.

Para el 2014 realiza una alianza con el Partido político avanza, llevándolos al triunfo de estas elecciones seccionales. Mostrando de esta manera ser una persona preparada a nivel académico y profesional para ocupar el cargo político por el cual estaba selecto, realizando su campaña electoral en el 2014 con la ayuda de su movimiento y personas afines a su línea política y sus simpatizantes.

**Tabla N° 7**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Lugar y fecha de nacimiento:</b> | Otavalo, 10 de Enero de 1947   |
| <b>Estudios primarios:</b>          | Escuela José Martí   |
| <b>Estudios secundarios</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colegio Nacional “Otavalo”</li> <li>• Instituto Nacional “Mejía”</li> </ul> |
| <b>Título:</b>                      | Bachiller en Humanidades Modernas  |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Estudios superiores:</b> | Universidad Central del Ecuador   |
| <b>Títulos</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Sociología y Ciencias Políticas</li> <li>• Postgrado en Ciencias Internacionales</li> <li>• Postgrado en Planificación Regional</li> </ul> |
|                             | Universidad de Otavalo  |
|                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abg. De los Tribunales de la República</li> </ul>  |

**Elaborado por:** Andrea Andrade, a través de: (portal [www.eleccionesenecuador.com](http://www.eleccionesenecuador.com))

### 2.6.2. Cargos Desempeñados

- Funcionario del Banco de Cooperativas del Ecuador
- Asesor de la Empresa de Seguros Agropecuarios
- Director de proyectos de la Junta Nacional de la Vivienda
- Director Nacional Socioeconómico del Banco Ecuatoriano de la Vivienda
- Gerente del Banco Nacional de la Vivienda – Sucursal Ibarra

### 2.6.3. Dignidades

- Diputado Alterno por Imbabura (1986 - 1987)
- Presidente del Tribunal Provincial Electoral de Imbabura (1987 - 1988)
- Vocal del Tribunal Supremo Electoral (1988 - 1990)
- Consejero Provincial de Imbabura (1994 - 1996)
- Vicepresidente del Consejo Provincial de Imbabura (1996 - 1997)

- Prefecto de Imbabura (1997 - 2000)
- Prefecto de Imbabura reelecto (2000 - 2004)
- Presidente del Consorcio de Consejos Provinciales y Municipios del Norte del País CON – NOR
- Presidente del Parque Industrial Imbabura S.A.
- Actual alcalde del GAD Municipal del Cantón Otavalo. A través de (portal [www.eleccionesenecuador.com](http://www.eleccionesenecuador.com)) recuperado el 23/05/2015

Actualmente, es el Alcalde de la ciudad de Otavalo por Partido Avanza – Fuerza Ciudadana listas 8-61, con un total de 29.333 votos a favor, consolidándolo así ganador. (Dirección de Comunicación. Administración 2014-2019)

## **2.7. Movimiento Fuerza Ciudadana lista 61**

Este Movimiento Político nace y se consolida en el 2010, siendo así la idea de un líder, este líder es el actual alcalde del cantón de Otavalo, Gustavo Pareja, que es un político que tiene una amplia trayectoria política, lo cual lo llevó a emprender esta una idea política, que es la de juntar gente sobretodo amigos a fines que tengan un mismo objetivo para conformar este movimiento, denominado Fuerza Ciudadana

La idea de creación de este movimiento nace principalmente como una idea cantonal, para después convertirse en un movimiento provincial, este movimiento provincial es eminentemente humanista, siendo cinco pilares los fundadores de este movimiento, seguido de 9 personas más como apoyo a este



fin político. Una vez consolidado el movimiento y registrado oficialmente se procede a designar a un candidato para la alcaldía del cantón Otavalo, tomando como candidato ideal a su fundador el Ab. Gustavo Pareja, el cual recibiendo el apoyo de su equipo de trabajo y simpatizantes realiza su primera campaña política para llegar a la alcaldía de este cantón. Campaña electoral que no logro su objetivo.

Finalmente participa una vez más como candidato en las últimas elecciones seccionales 2014, logrando esta vez ganar como alcalde de la ciudad y consolidar su Movimiento Fuerza Ciudadana. Convirtiéndolo así en la primera autoridad del cantón hasta la actualidad. (Fundadores, Movimiento Político Fuerza Ciudadana)

### **2.7.1. Alianza Movimiento Fuerza Ciudadana y Partido Avanza 8 – 61**

Previo a estudios posteriores de alianzas con otros posibles partidos y movimientos políticos, el Movimiento Fuerza Ciudadana toma la decisión de realizar una alianza política con el Partido Político Avanza a finales del año 2013 y comienzos del 2014, fortaleciendo así al candidato tanto del movimiento como también del partido trabajando así en conjunto durante las últimas elecciones seccionales.

Tomando esta alianza política como punto de partida para establecer y estructurar el que sería el plan de trabajo del candidato y presentarlo a la ciudadanía. Pese a que no se estableció un límite de tiempo para la culminación de esta alianza política, tanto el partido político Avanza como el movimiento Fuerza Ciudadana siguen trabajando en forma conjunta para lograr los objetivos

establecidos y presentados en su plan de trabajo. (Movimiento Fuerza Ciudadana. Otavalo)

### **2.7.2. Plan de trabajo lista 8-61**

Una vez establecida la alianza de Movimiento Fuerza Ciudadana y el Partido Político Avanza se construye y se establece conjuntamente el plan de trabajo en para el candidato establecido para alcalde del cantón, este plan de trabajo será presentado a la ciudadanía una vez terminado para que ellos lo lean, analicen y den su última palabra a través del voto.

### **2.7.3. Estrategias para ejecutar el plan**

Las estrategias lograr los objetivos y la ejecución de los proyectos y actividades de este Plan son las siguientes:

- ✓ Promover la participación ciudadana en la gestión Provincial, esto es a través de la formulación del Presupuesto Participativo en la definición de los proyectos prioritarios para la ciudadanía, como también en la fase de seguimiento y evaluación.
- ✓ Establecer como norma en la Gestión Provincial, la coordinación interinstitucional, entre los involucrados en los diferentes proyectos que el Consejo Provincial ejecute; es decir involucrar a instituciones públicas, sector privado, organizaciones sociales y de desarrollo.
- ✓ Impulsar la preparación y formulación de proyectos tanto a nivel institucional Provincial cuanto a nivel de otras instituciones públicas para gestionar recursos económicos del estado y de la cooperación internacional.

- ✓ Implementar programas de capacitación y formación permanente tanto a nivel institucional Provincial cuanto a nivel de otras organizaciones aliadas, para mejorar la gestión pública.
- ✓ Cumplir con la constitución, las leyes vigentes y normatividad interna del Consejo Provincial en los procesos administrativos, financieros, técnicos y operativos del Consejo Provincial.
- ✓ Fomentar la conformación de mancomunidades y consorcios entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados para fomentar la cooperación y logro de objetivos institucionales. A través de (portal [www.vototransparente.ec](http://www.vototransparente.ec)) recuperado el 24/05/2015

## **2.8. Análisis de la labor de la actual administración. Rendición de cuentas**

La alianza política entre este partido y movimiento ha fortalecido a estas dos listas no solo en el momento de las elecciones seccionales, sino para que estas listas se consoliden como un partido representativo a nivel provincial y a su vez nacional.

Con lo que respecta a la nueva administración 2014 – 2019, del GAD Municipal del cantón Otavalo, ha trabajado en función de su plan de trabajo establecido este año de servicio a la comunidad, cumpliendo así algunas de sus metas establecidas. Tomando en cuenta su periodo de gobierno como alcalde de la ciudad, durante un año de labor, basándonos principalmente en el informe de rendición de cuentas que el alcalde ha presentado instituciones públicas como privadas. El informe de rendición de cuentas se lo presento como una revista que se la dividía por secciones en las cuales constan las siguientes:

- Finanzas
- Planificación Territorial y Proyectos Obras Públicas
- Desarrollo Productivo y Turístico
- Desarrollo Social: Cultural, Deportivo, Educación y Salud
- Participación Ciudadana, Fortalecimiento Institucional
- Servicios Básicos, Vías, infraestructuras y Vivienda
- Gestión Ambiental (Revista de Rendición de cuentas, GAD Otavalo. Administración 2014-2019)

## **2.9. Importancia de un plan de Comunicación y Relaciones Públicas.**

A medida que se ha realizado una investigación de campo en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo, se ha reflejado que no se ha realizado ningún plan de Relaciones Públicas y Comunicación, ya que desde la Dirección de Comunicación no se ha dado una iniciativa tan importante como lo es una propuesta de comunicación que permita la notoriedad pública del alcalde del Cabildo otavaleño y por ende de la institución a la que representa, permitiendo de esta manera tener una opinión pública favorable en su público objetivo.

Lo que ha generado que al pasar del tiempo, la imagen política del actual alcalde y de toda su administración se vaya deteriorando rápidamente, ya que los ciudadanos han demostrado públicamente que no están de acuerdo ni apoyan a esta administración. Motivo por el cual, se ha visto necesario realizar una propuesta de comunicación presentada en el capítulo IV de esta investigación que beneficie a su primera autoridad y a esta institución municipal.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA: PROCESO DE INVESTIGACIÓN PLAN DE NOTORIEDAD PÚBLICA DEL OBJETO DE ESTUDIO. GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO**

#### **3.1. Objetivo general de la investigación**

- Analizar la situación comunicacional actual del GAD Municipal del cantón de Otavalo para diseñar un plan de comunicación que permita notoriedad pública.

#### **3.2. Propósitos de la investigación**

- Realizar un análisis previo de la incidencia de las Relaciones Públicas y comunicación en el GAD Municipal de Otavalo.
- Medir la efectividad de las herramientas de comunicación que se utilizan en esta institución.
- Diagnosticar la situación comunicacional actual del municipio de Otavalo para la elaboración de una propuesta.

### 3.3. Unidades de análisis

- Con la finalidad de poder obtener información real y sustentable del objeto de estudio, las unidades de análisis de la presente investigación, serán hombres y mujeres del sector urbano de la ciudad de Otavalo, cuyo rango de edades está entre 16 y 69 años. Tomando en cuenta que el público objetivo de 16 años tienen distintos intereses que las personas que alcanzan su mayoría de edad. Motivo por el cual se tomará en cuenta este aspecto al momento de realizar el plan de comunicación.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo.

### 3.4. Universo

Según reportes del último censo de población y vivienda (INEC, 2010), en el Ecuador hay 14'483.499 habitantes, direccionando la investigación de manera específica, a los 108.504 habitantes del cantón Otavalo. Tomando como punto de referencia, a los 39.354 personas pertenecientes al sector urbano de este cantón, los cuales, según su género se dividen de la siguiente manera:

**Tabla N° 8**

**Población Urbana del cantón Otavalo (16 - 69 años)**

| HOMBRES | MUJERES |
|---------|---------|
| 18.821  | 20.533  |

**Elaborado por:** Andrea Andrade a partir de INEC 2010 (portal [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec))

Con este total de habitantes en el cantón de Otavalo, se pretende establecer un rango más específico en las unidades de análisis que son aquellas personas que pueden generar opinión pública e influencia directa sobre el objeto de estudio. Para lo cual se ha considerado a los habitantes del área urbana del cantón de Otavalo, con rangos de edades entre 16 y 69 años, cuya cifra es 24. 594 habitantes entre hombres y mujeres. Tomando en consideración que el rango mencionado se establece de la siguiente manera:

**Tabla N°9**

**Población por género**

| Hombres de 16 a 69 años | Mujeres de 16 a 69 años |
|-------------------------|-------------------------|
| 11.580                  | 13.014                  |

**Elaborado por:** Andrea Andrade a partir de INEC 2010 y SNI

### 3.4.1. Segmentación

Del universo detallado se deben considerar algunas variables que nos permitirá identificar de una manera detallada, a las unidades de análisis.

**Tabla N° 10**

**Características de segmentación**

| Categorías               | VARIABLES SELECCIONADAS |
|--------------------------|-------------------------|
| Segmentación psicológica |                         |

|  |   |
|--|---|
| Necesidades - motivación   | Afectivas, emotivas                                     |
| Personalidad   | Extrovertidos   |
| Percepción   | Buena, mala, positiva, negativa                         |
| Aprendizaje  | Alto nivel de involucramiento                           |
| Actitudes  | Actitud positiva, actitud negativa                      |
| Segmentación geográfica  |   |
| Región   | Sierra, Provincia Imbabura, Cantón Otavalo              |
| Densidad del área  | Urbana  |
| Segmentación demográfica   |   |
| Edad   | De 16 a 69 años   |
| Género   | Femenino y masculino                                    |
| Estado civil   | Solteros, casados, divorciados, viudos, unión libre     |
| Educación  | Ninguno, básico, secundaria, tercer nivel, cuarto nivel |
| Segmentación basada en comportamiento  |   |
| Hombres y mujeres del cantón Otavalo que estén inmersos en el tema de la actual administración de su ciudad y tengan un conocimiento previo. |   |
| Hombres y mujeres que estén en contacto con la situación política y social en medios de comunicación sobre la municipalidad.                 |   |

**Elaborado por:** Andrea Andrade, a través de Dirección de Planificación. GADM Otavalo



### 3.5. Muestra

Dado que se conoce el tamaño de la población con la cual se trabajará, la misma que se trata de población finita, para la cual se utilizará el muestreo por proporciones cuya fórmula es:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 P * Q N}{e^2 N + z_{\alpha/2}^2 P * Q}$$

En donde:

|                  |   |
|------------------|---|
| $z_{\alpha/2}^2$ | Margen de confiabilidad. El valor de Z es 1.96; para un nivel de confianza de 95% |
| $P * Q$          | Variabilidad máxima   |
| $e^2$            | Margen de error.  |
| $N$              | Tamaño de la población.   |

Para esto se debe suponer la variabilidad máxima P\*Q, es decir:

$$P = 0,5 \text{ y } Q = 0,5 = 0,25$$

**Resolución**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (24594)}{(0,05)^2 (24594) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (6148.5)}{(61.485) + (096094)}$$

$$n = \frac{23620.0776}{62.4454}$$

$$n = 378.25$$

$$n = 378$$

### 3.6. Tipos de investigación

Mediante la aplicación de la metodología cualitativa y cuantitativa y otras herramientas de investigación se recopilara toda la información que se desee saber del Municipio de Otavalo con el fin de encontrar posibles falencias en el manejo de Comunicación y Relaciones Públicas. Estas herramientas de investigación estarán enfocadas en la naturaleza de los objetivos y en la naturaleza de la información.

#### 3.6.1. Según la naturaleza de los objetivos

Esto depende del nivel de conocimiento que se pretenda alcanzar con lo que respecta al objeto de estudio, para lo cual es necesario:

### **3.6.1.1. Investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa, es aquella que utiliza predominante información de tipo cuantitativo directo, en la cual se desarrollará encuestas que permitirán establecer rangos cuantitativos, los mismos que responderán a los propósitos de la investigación.

### **3.6.1.2. Investigación Cualitativa**

La investigación cualitativa incluye observación participante que permite recabar información para la investigación, con el propósito de analizar las relaciones de significado que se producen en una determinada cultura o ideología que en este caso se presenta como objeto de estudio a la Municipalidad de Otavalo.

## **3.7. Método de estudio**

### **3.7.1. Método sintético**

Partiendo de la información recopilada del primer y segundo capítulo, se puede realizar un análisis y posterior síntesis, que será complementada con los resultados obtenidos a partir de la investigación cuantitativa, la misma que determinará si la hipótesis planteada es verdadera o falsa, en lo que respecta al objeto de estudio.

### **3.7.2. Método inductivo**

El método inductivo permitirá realizar el análisis particular del objeto de estudio, por lo que a partir de esto se podrán extraer conclusiones generales de que si existe o no existe un correcto manejo de comunicación y Relaciones Públicas.

### **3.7.3. Método deductivo**

Si partimos desde el método deductivo diremos que es aquel que parte de verdades previamente ya establecidas como principio general, para luego aplicarlo en casos específicos y comprobar así su validez. Motivo por el que la utilización de este método se realizará para la afirmación o negación del manejo de comunicación y Relaciones Públicas en el GAD Municipal del cantón Otavalo, para la correcta aplicación de un plan de comunicación que permita la notoriedad pública del menciona anteriormente.

## **3.8. Técnicas e instrumentos**

### **3.8.1. Técnica**

Las encuestas están dirigidas a personas del cantón de Otavalo, que son las unidades de análisis.

### **3.8.2. Instrumento**

Cuestionario para muestra de encuestas

### **3.8.3. Técnica**

La observación participante servirá de mucha utilidad para el análisis del objeto de estudio ya que se involucrará directamente con la institución.

### **3.8.4. Instrumento**

Libreta de apuntes, portátil y materiales de oficina que nos permitan realizar un análisis más profundo de la realidad actual del objeto de estudio y como es percibido en la ciudadanía.



## Modelo de Encuesta.

**Universidad Tecnológica Equinoccial**  
 Facultad de Comunicación Artes y Humanidades  
 Escuela de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

### Encuesta

#### Objetivo.

La presente encuesta tiene como finalidad, conocer las percepciones sobre la notoriedad pública del Municipio del cantón Otavalo. La información proporcionada será utilizada con total discreción.

#### Datos personales.

Parroquia a la que pertenece:

|          |           |
|----------|-----------|
| San Luís | El Jordán |
|          |           |

Género:

|           |          |
|-----------|----------|
| Masculino | Femenino |
|           |          |

Edad: \_\_\_\_\_

Estado civil:

|            |           |               |          |                |
|------------|-----------|---------------|----------|----------------|
| a. Soltero | b. Casado | c. Divorciado | d. Viudo | e. Unión libre |
|            |           |               |          |                |

Nivel instruccional:

|         |          |            |             |          |          |     |      |
|---------|----------|------------|-------------|----------|----------|-----|------|
| Ninguno | Primaria | Secundaria | Universidad | Posgrado | Maestría | Phd | Otro |
|         |          |            |             |          |          |     |      |

#### Información solicitada.

**Marque con una X la respuesta de su agrado**

**Pregunta filtro**

1. ¿Conoce usted el nombre del actual alcalde de Otavalo?

|       |  |
|-------|--|
| a. SI |  |
| b. NO |  |

2. Si conoce el nombre del actual Alcalde, marque su nombre con una X

|                     |  |
|---------------------|--|
| c. Gustavo Pareja   |  |
| d. Fabián Villareal |  |
| e. Mario Conejo     |  |

3. Marque con una x los proyectos que conoce que realiza el Municipio de Otavalo

|  |  |
|--|--|
| a. Grupos sociales se benefician de Turismo Local      |  |
| b. Apoyo en legalización de Tierras en el sector Rural |  |
| c. Octubre Cívico y Cultura                            |  |
| d. Octubre rojo y libertario                           |  |

4. ¿Mediante qué medios de comunicación se informa sobre todas las actividades que realiza el Municipio?

|            |       |        |          |                |
|------------|-------|--------|----------|----------------|
| Televisión | Radio | Prensa | Internet | Se lo contaron |
|            |       |        |          |                |

5. ¿Mediante qué medios le gustaría informarse de todas las actividades que realiza el Municipio?

|            |       |        |  |                           |                |
|------------|-------|--------|--|---------------------------|----------------|
| Televisión | Radio | Prensa | Internet<br>Redes Sociales/<br>Páginas Web | Publicidad en la<br>calle | Hojas volantes |
|            |       |        |  |                           |                |

6. ¿Sabía usted que existe un periódico Municipal, que es gratuito para la ciudadanía en donde se puede informar acerca de todas las actividades que realiza la Municipalidad?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|    |    |

7. ¿Cuál es su percepción acerca de la imagen pública del Municipio de Otavalo?

|              |              |          |                        |            |         |
|--------------|--------------|----------|------------------------|------------|---------|
| a. Excelente | b. Muy buena | c. Buena | d. Ni buena<br>ni mala | e. Regular | f. Mala |
|              |              |          |                        |            |         |

8. ¿Cuál es su percepción sobre el trabajo del alcalde durante su periodo de trabajo?

|              |              |          |                        |            |         |
|--------------|--------------|----------|------------------------|------------|---------|
| g. Excelente | h. Muy buena | i. Buena | j. Ni buena<br>ni mala | k. Regular | l. Mala |
|              |              |          |                        |            |         |

9. La atención de servicio al cliente o a la ciudadanía que brinda la Municipalidad para usted es:

|              |              |          |            |         |
|--------------|--------------|----------|------------|---------|
| a. Excelente | b. Muy buena | c. Buena | d. Regular | e. Mala |
|              |              |          |            |         |

10. ¿Usted conoce el proceso necesario para la realización de trámites en el Municipio?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|    |    |

11. ¿Conoce las actividades que realizan las Direcciones Departamentales de la Municipalidad?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|    |    |

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



### **3.9. Fuentes de información**

#### **3.9.1. Fuentes primarias**

Las fuentes primarias serán hombre y mujeres del cantón de Otavalo, en el rango de segmentación establecida que proveen la información requerida a través del instrumento de investigación.

#### **3.9.2. Fuentes secundarias**

Revisión bibliográfica, información en la web con todo lo relacionado al objeto de estudio, entre otros.

### **3.10. Reporte**

Tomando en consideración que la muestra obtenida es una suma considerable de ciudadanos otavaleños pertenecientes al sector urbano, se vio oportuno realizar un modelo de encuesta que sea aplicada a los mismos, la cual permita llegar a un análisis más amplio verás, requerido por el presente proyecto.

### 3.10.1. Resultado de las encuestas

#### 3.10.1.1. Segmentación demográfica

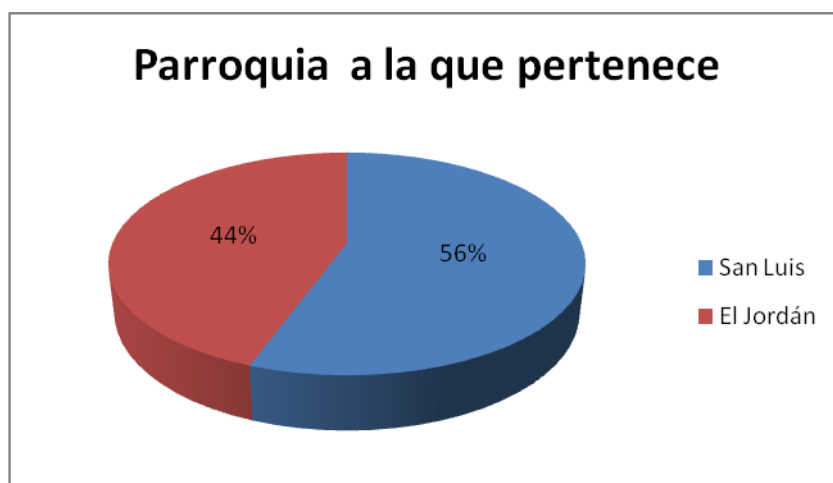
Tabla N° 11

#### Parroquia a la que pertenece

| Opciones  | Valores | Porcentaje |
|-----------|---------|------------|
| San Luis  | 210     | 56%        |
| El Jordán | 168     | 44%        |
| Total     | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

Gráfico N° 3



Elaborador por: Andrea Andrade

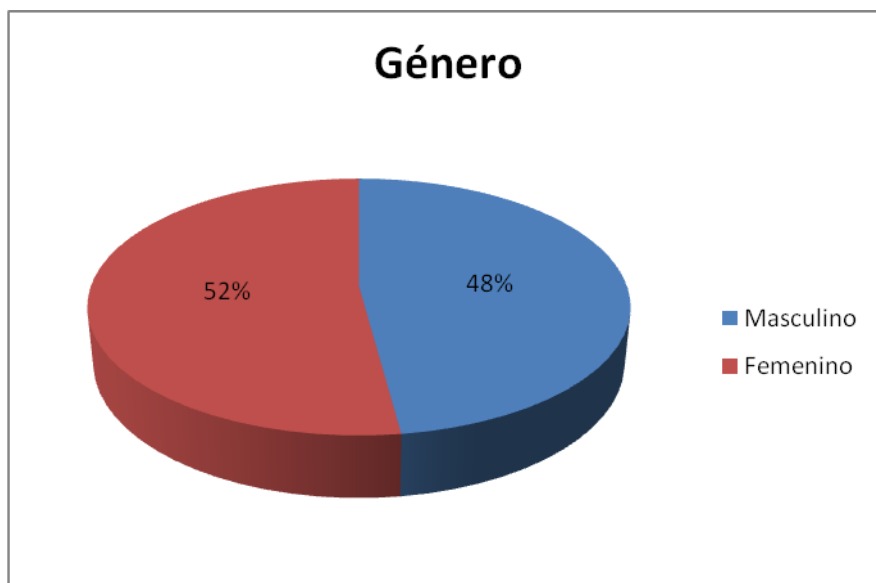
Tabla N° 12

## Género

| Opciones  | Valores | Porcentaje |
|-----------|---------|------------|
| Masculino | 181     | 48%        |
| Femenino  | 197     | 52%        |
| Total     | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

Gráfico N° 4



Elaborador por: Andrea Andrade

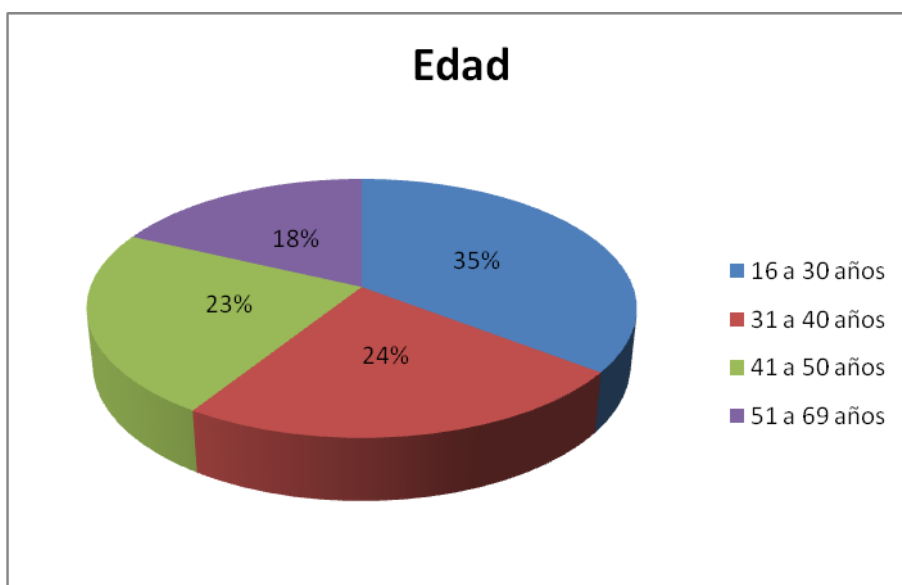
Tabla N° 13

## Edad

| Opciones     | Valores | Porcentaje |
|--------------|---------|------------|
| 16 a 30 años | 134     | 35%        |
| 31 a 40 años | 89      | 24%        |
| 41 a 50 años | 87      | 23%        |
| 51 a 69 años | 68      | 18%        |
| Total        | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

Gráfico N° 5



Elaborado por: Andrea Andrade

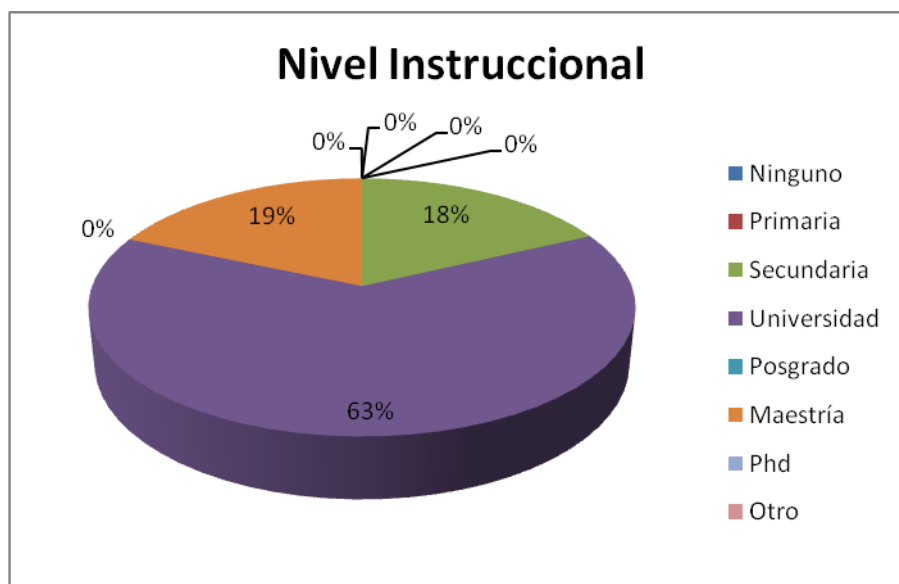
Tabla N° 14

## Nivel Instrucciona

| Opciones    | Valores | Porcentaje |
|-------------|---------|------------|
| Ninguno     | 0       | 0%         |
| Primaria    | 0       | 0%         |
| Secundaria  | 68      | 18%        |
| Universidad | 240     | 63%        |
| Posgrado    | 0       | 0%         |
| Maestría    | 70      | 19%        |
| Phd         | 0       | 0%         |
| Otro        | 0       | 0%         |
| Total       | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

Gráfico N° 6



Elaborado por: Andrea Andrade

### 3.10.1.2. Preguntas

¿Conoce usted el nombre del actual alcalde de Otavalo?

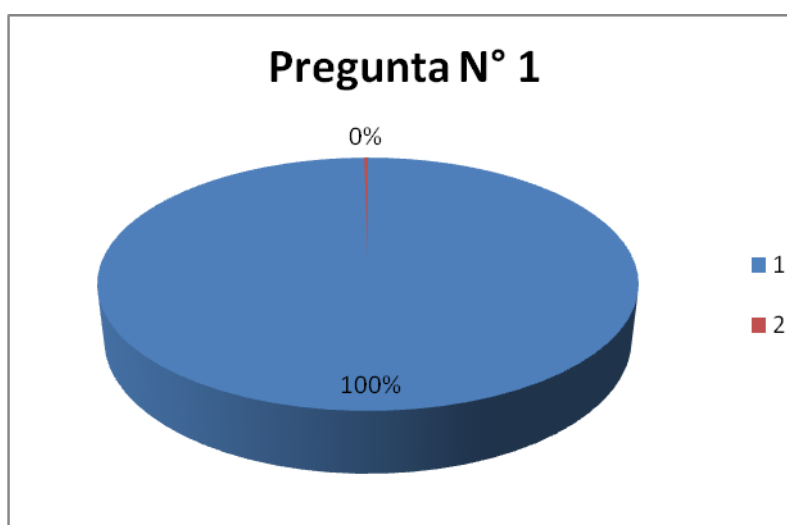
**Tabla N° 15**

**Pregunta 1**

| Opciones | Valores | Porcentaje |
|----------|---------|------------|
| Si       | 378     | 100%       |
| No       | 0       | 0%         |
| Total    | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

**Gráfico N° 7**



Elaborado por: Andrea Andrade

Del 100% de encuestados, el 100% conocen al actual alcalde del cantón Otavalo, permitiendo de esta manera que la investigación pueda avanzar para conocer otros aspectos de este personaje público y de su actual administración municipal.

¿Si conoce el nombre del actual alcalde, marque su nombre con una X?

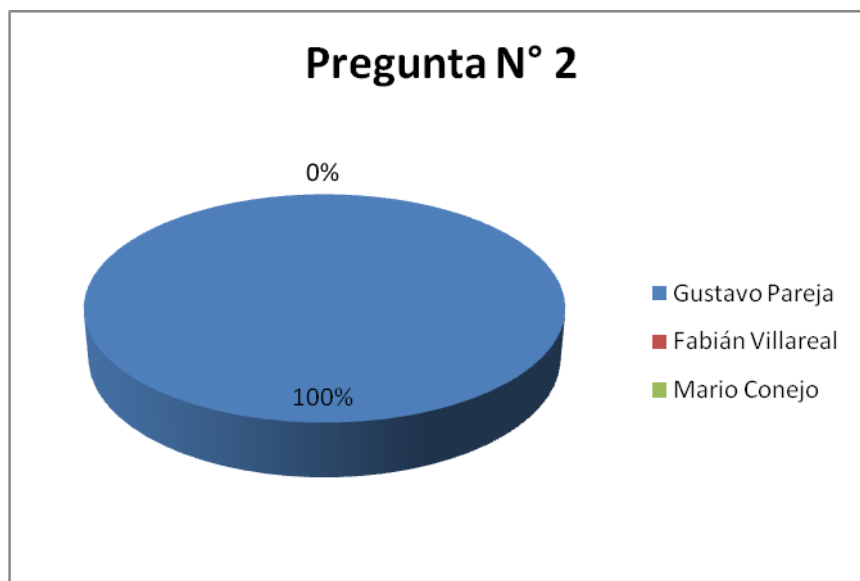
**Tabla N° 16**

**Pregunta 2**

| Opciones         | Valores | Porcentaje |
|------------------|---------|------------|
| Gustavo Pareja   | 378     | 100%       |
| Fabián Villareal | 0       | 0%         |
| Mario Conejo     | 0       | 0%         |
| Total            | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

**Gráfico N° 8**



Elaborado por: Andrea Andrade

El 100% de los encuestados no solo conocen al actual alcalde de Otavalo sino que también conocen cual es su nombre y lo identifican muy bien.

¿Marque con una X los proyectos que conoce que realiza el Municipio de Otavalo?

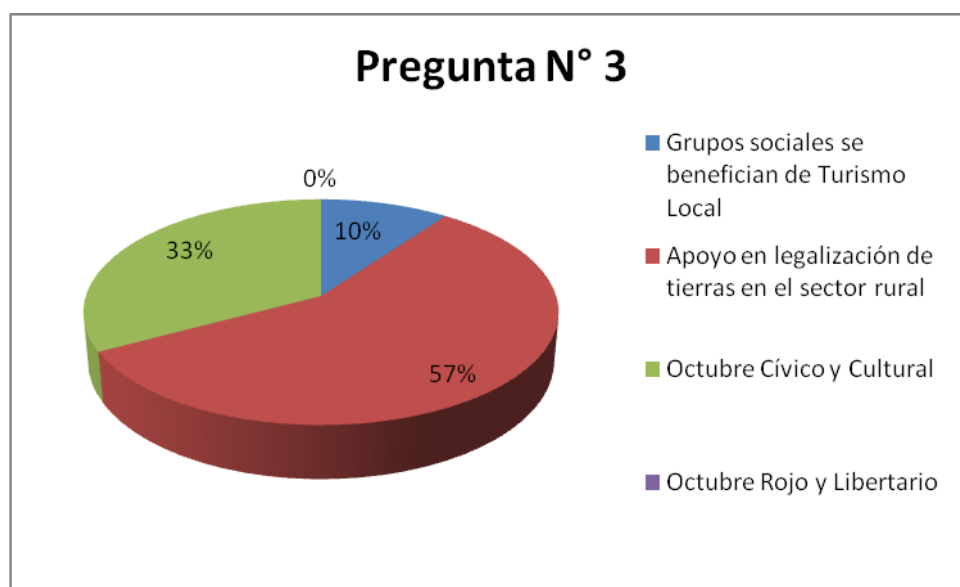
Tabla N° 17

Pregunta 3

| Opciones  | Valores | Porcentaje |
|---|---------|------------|
| Grupos sociales se benefician de Turismo Local      | 38      | 10%        |
| Apoyo en legalización de tierras en el sector rural | 216     | 57%        |
| Octubre Cívico y Cultural                           | 124     | 33%        |
| Octubre Rojo y Libertario                           | 0       | 0%         |
| Total   | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

Gráfico N° 9



Elaborado por: Andrea Andrade



Tomando en consideración que los tres primeros proyectos mencionados en la tabla fueron realizados por el Municipio de Otavalo, el 57% de los encuestados manifiestan que están informados del proyecto de legalización de tierras en el sector urbano, mientras que el 33% se enteró del proyecto de grupos sociales beneficiados de turismo local y finalmente el 10% se informó de la programación Octubre Cívico Cultural, lo que ha generado la falta de información por parte de la municipalidad hacia el cantón Otavalo.

¿Mediante qué medios de comunicación se informa sobre todas las actividades que realiza el Municipio?

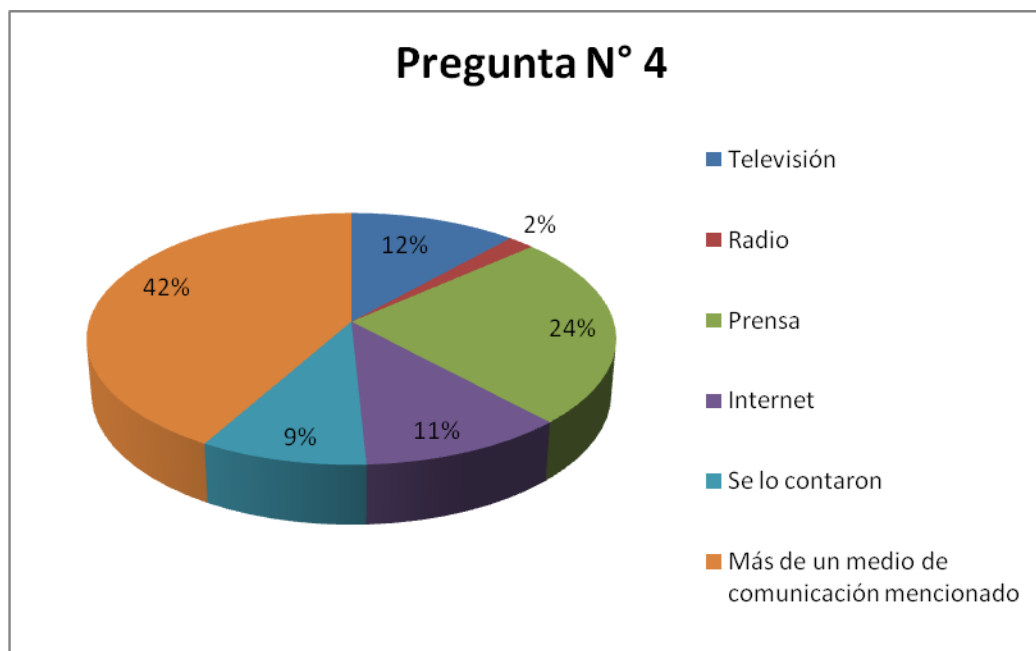
Tabla N° 18

Pregunta 4

| Opciones                                   | Valores | Porcentaje |
|--|---------|------------|
| Televisión                                 | 44      | 12%        |
| Radio                                      | 7       | 2%         |
| Prensa                                     | 93      | 25%        |
| Internet                                   | 42      | 11%        |
| Se lo contaron                             | 34      | 9%         |
| Más de un medio de comunicación mencionado | 158     | 42%        |
| Total                                      | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

Gráfico N° 10



Elaborado por: Andrea Andrade

En el cantón Otavalo, el 42% de los encuestados se informan sobre las actividades que realiza el Municipio con más de un medio de comunicación mencionado en la encuesta; mientras que el 24% se informa a través de la prensa escrita; el 12% se informa a través de la televisión; el 11% se informa a través de la internet; mientras que al 9% de la población se lo contaron y finalmente el 2% se informa por medio de la radio.

¿Mediante qué medios le gustaría informarse de todas las actividades que realiza el Municipio?

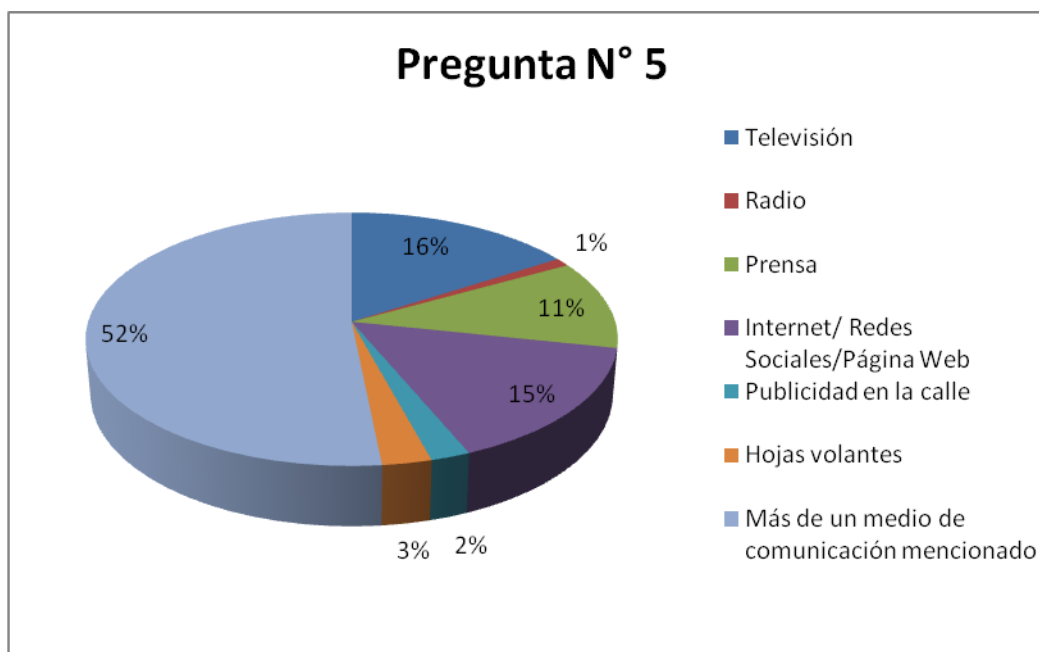
Tabla N° 19

Pregunta 5

| Opciones                                   | Valores | Porcentaje |
|--|---------|------------|
| Televisión                                 | 60      | 16%        |
| Radio                                      | 4       | 1%         |
| Prensa                                     | 43      | 11%        |
| Internet/ Redes Sociales/Página Web        | 58      | 15%        |
| Publicidad en la calle                     | 8       | 2%         |
| Hojas volantes                             | 10      | 3%         |
| Más de un medio de comunicación mencionado | 195     | 52%        |
| Total                                      | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade.

Gráfico N° 11



Elaborado por: Andrea Andrade.

De un 100% de encuestados, el 52% han mostrado interés por informarse de las actividades realizadas o a realizar por parte de la Municipalidad a través de varios de los medios de comunicación mencionados en la encuesta; mientras que el 16% quisieran informarse a través de la televisión; el 15% por medio de Redes Sociales y Página Web; al 11% le gustaría estar informado a través de prensa escrita; el 3% mediante hojas volantes; el 2% mediante publicidad en las calles y finalmente el 1% le gustaría informarse por medio de la radio.

¿Sabía usted que existe un periódico municipal, que es gratuito para la ciudadanía en donde se puede informar acerca de todas las actividades que realiza la municipalidad?

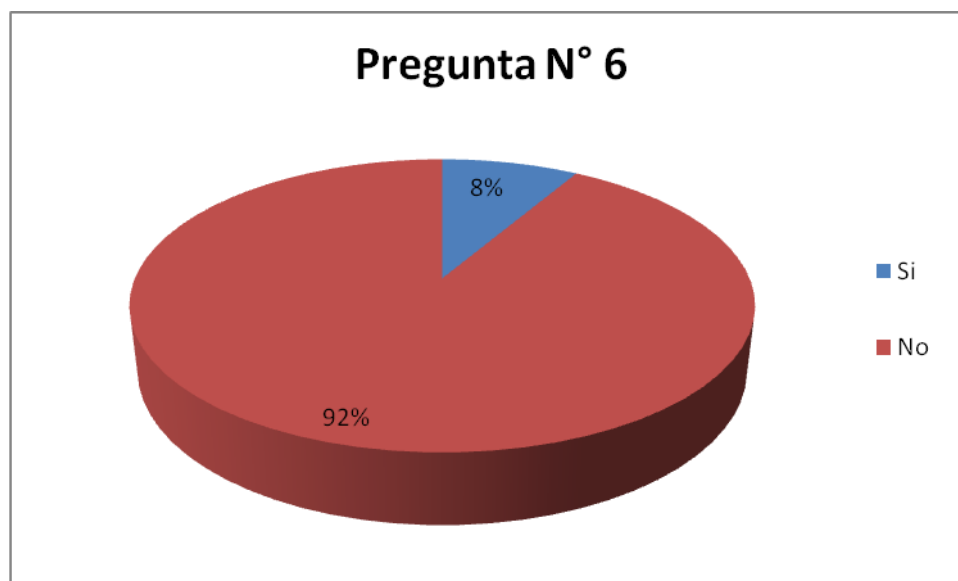
**Tabla N° 20**

**Pregunta 6**

| Opciones | Valores | Porcentaje |
|----------|---------|------------|
| Si       | 32      | 8%         |
| No       | 346     | 92%        |
| Total    | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

**Gráfico N° 12**



Elaborado por: Andrea Andrade

Se puede notar considerablemente que el 92% de los encuestados desconocen la existencia del periódico municipal; mientras tan solo un 8% conocen de este medio de comunicación emitido por la Municipalidad de Otavalo.

¿Cuál es su percepción acerca de la imagen pública del Municipio de Otavalo?

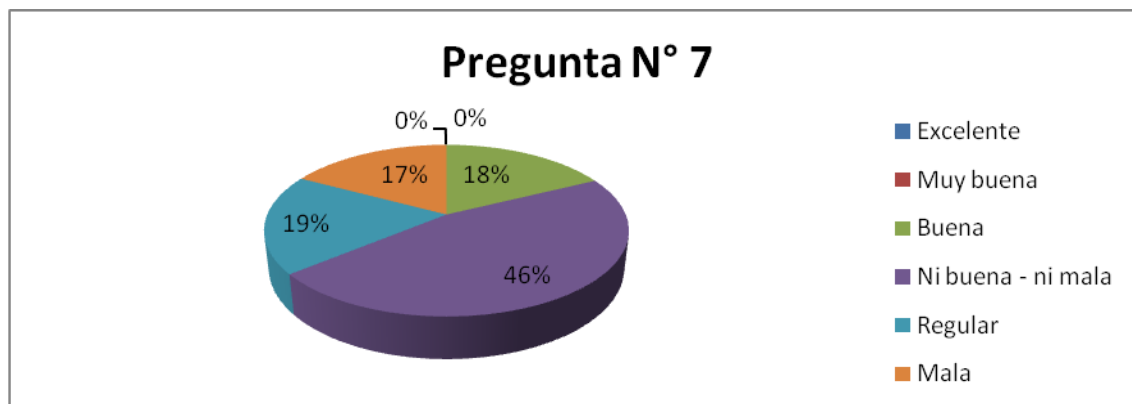
**Tabla N° 21**

**Pregunta 7**

| Opciones           | Valores | Porcentaje |
|--------------------|---------|------------|
| Excelente          | 0       | 0%         |
| Muy buena          | 0       | 0%         |
| Buena              | 67      | 18%        |
| Ni buena - ni mala | 175     | 46%        |
| Regular            | 71      | 19%        |
| Mala               | 65      | 17%        |
| Total              | 378     | 100%       |

**Elaborado por:** Andrea Andrade

**Gráfico N° 13**



**Elaborado por:** Andrea Andrade

El 46% de los encuestados consideran que la percepción acerca de la imagen de la Municipalidad no es ni buena ni mala; mientras tanto el 19% consideran que es regular; el 18% califican como buena la imagen de esta institución y finalmente el 17% lo califican como mala a su imagen.

¿Cuál es su percepción sobre el trabajo del alcalde durante su periodo de trabajo?

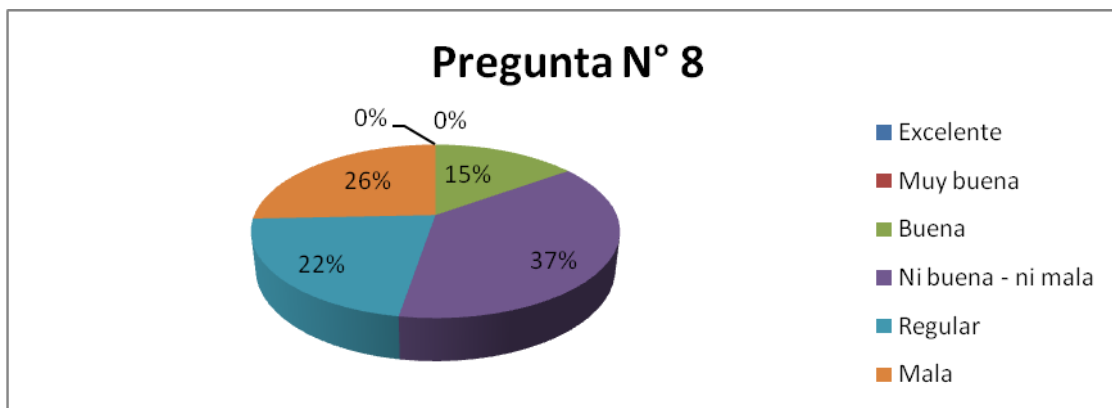
Tabla N° 22

Pregunta 8

| Opciones           | Valores | Porcentaje |
|--------------------|---------|------------|
| Excelente          | 0       | 0%         |
| Muy buena          | 0       | 0%         |
| Buena              | 57      | 15%        |
| Ni buena - ni mala | 142     | 38%        |
| Regular            | 82      | 22%        |
| Mala               | 97      | 26%        |
| Total              | 378     | 100%       |

Elaborado por: Andrea Andrade

Gráfico N° 14



Elaborado por: Andrea Andrade

El 37% de los ciudadanos encuestados consideran que el trabajo del alcalde de Otavalo no es ni buena, ni mala; mientras tanto el 26% consideran que su trabajo ha sido malo durante su periodo de gobierno; el 22% califican su trabajo como regular y un 15% consideran que su trabajo ha sido bueno.



La atención de servicio al cliente o a la ciudadanía que brinda la Municipalidad para usted es:

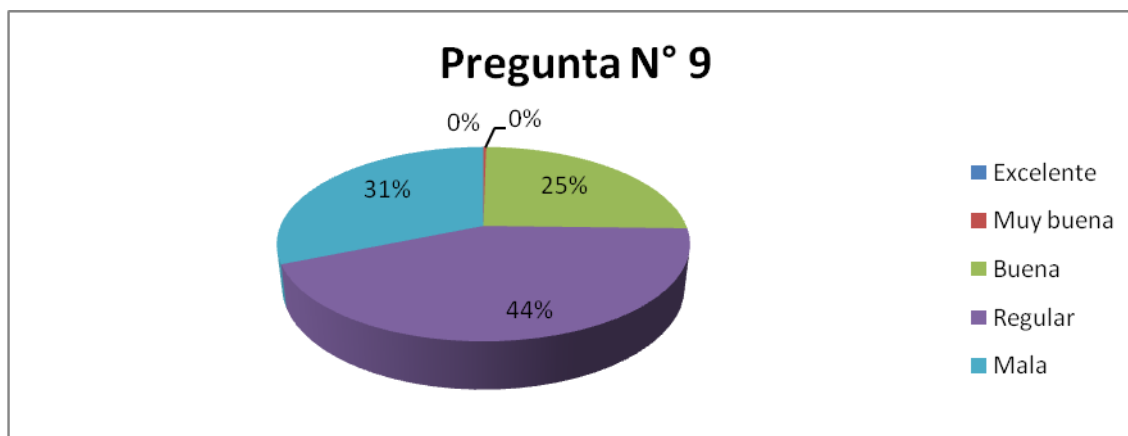
**Tabla N° 23**

**Pregunta 9**

| Opciones  | Valores | Porcentaje |
|-----------|---------|------------|
| Excelente | 0       | 0%         |
| Muy buena | 1       | 0%         |
| Buena     | 95      | 25%        |
| Regular   | 164     | 44%        |
| Mala      | 118     | 31%        |
| Total     | 378     | 100%       |

**Elaborado por:** Andrea Andrade

**Gráfico N° 15**



**Elaborado por:** Andrea Andrade

En lo correspondiente a la atención del servicio al cliente o a la ciudadanía que brinda el Municipio, el 44% considera que esta atención es regular; mientras que el 31% considera como malo ha este servicio y finalmente el 25% piensa que la atención es buena.

**¿Usted conoce el proceso necesario para la realización de trámites en el Municipio?**

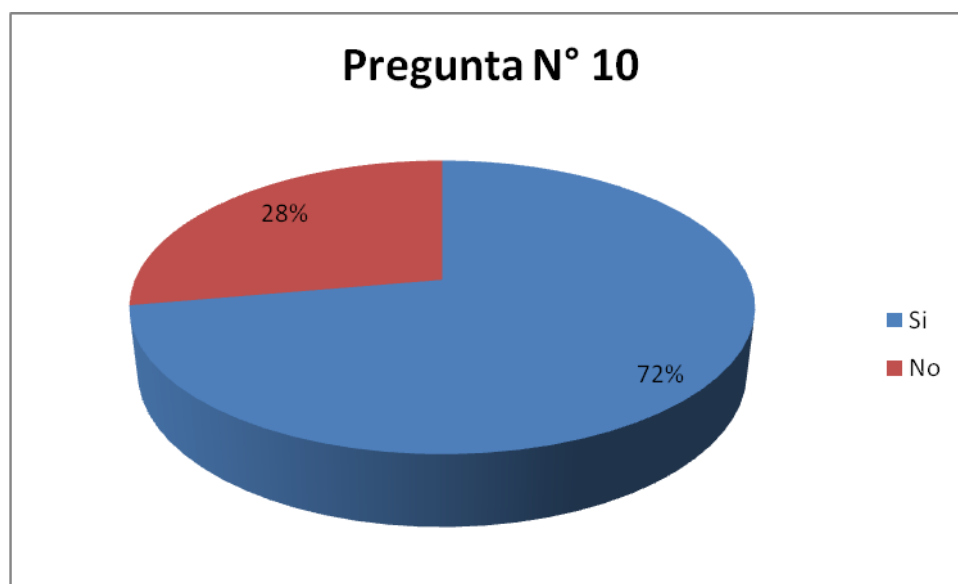
**Tabla N° 24**

**Pregunta 10**

| Opciones | Valores | Porcentaje |
|----------|---------|------------|
| Si       | 273     | 72%        |
| No       | 105     | 28%        |
| Total    | 378     | 100%       |

**Elaborado por:** Andrea Andrade

**Gráfico N° 16**



**Elaborado por:** Andrea Andrade.

Con un considerable 72% los encuestados conocen el proceso necesario para realizar trámites en el Municipio; mientras que el 28% desconoce sobre la realización de estos procesos.

**¿Conoce las actividades que realizan las Direcciones Departamentales de la Municipalidad?**

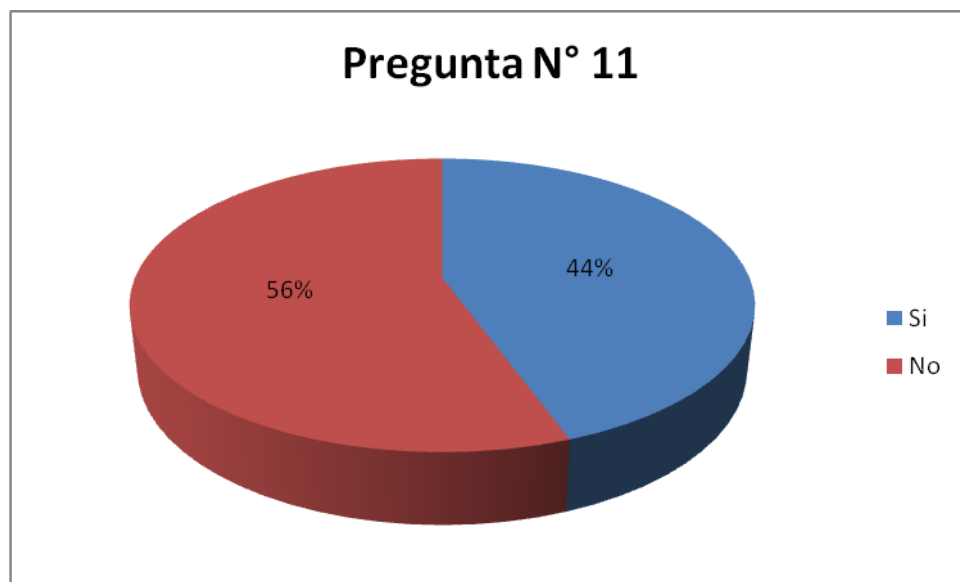
**Tabla N° 25**

**Pregunta 11**

| Opciones | Valores | Porcentaje |
|----------|---------|------------|
| Si       | 168     | 44%        |
| No       | 210     | 56%        |
| Total    | 378     | 100%       |

**Elaborado por:** Andrea Andrade

**Gráfico N° 17**



**Elaborado por:** Andrea Andrade

De un 100% de encuestados, el 56% no conoce sobre las actividades que realizan las Direcciones Departamentales de la Municipalidad; mientras que el 44% de encuestados si conocen de estas actividades.

### **3.11. Análisis e interpretación de la información**

Una vez realizada la investigación a través del modelo de encuesta aplicado en el cantón Otavalo, sector urbano, los resultados obtenidos nos han permitido conocer si el presente objeto de estudio, comprendido entre su primera autoridad así como de la institución, muestra una notoriedad pública favorable o desfavorable para sus habitantes. Tomando en cuenta que dentro del proceso de investigación se contó con la colaboración tanto de hombres como mujeres de la ciudad de Otavalo con diferentes edades, diferentes niveles de instrucción y estados civiles. Teniendo como resultado que el 100% de encuestados conocen al actual alcalde de este cantón y el manejo de su administración, permitiendo de esta manera seguir con este estudio.

Tomando en consideración que para los ciudadanos en general, los proyectos que benefician a su ciudad o cantón en lo referente a progreso y desarrollo son prioritarios, el Municipio de Otavalo no ha canalizado un medio efectivo que permita conocer a sus habitantes a cerca de los proyectos que ha realizado o viene ejecutando desde los inicios de su administración, entre los que se pueden mencionar los siguientes: Grupos sociales se benefician de turismo local, apoyo en legalización de tierras en el sector rural, Octubre cívico y cultural, entre otros, lo que ha generado la falta de información, el malestar y descontento de sus habitantes por parte de la actual administración municipal.

De esta manera podemos manifestar, que una empresa o institución ya sea pública o privada debe tener una estrecha relación con los diferentes medios de comunicación, con la finalidad de mostrar a su público objetivo sus labores y actividades desarrolladas a favor de los mismos, ya que se ha podido identificar a través de notas de prensa y noticieros locales y provinciales, que la Municipalidad

de Otavalo se ha visto envuelta en noticias muy poco favorables en lo referente a su trabajo y la gestión de su primera autoridad, y en otras ocasiones, por la mala relación que tiene con algunos medios de comunicación así como también por los muchos altercados que se han organizado con algunos grupos sociales en contra de esta administración por descontentos o desacuerdos. Dejando como resultado la carencia total de un buen manejo de las Relaciones Públicas por parte de la municipalidad con sus diferentes grupos de interés.

Por otra parte, el mal manejo de Relaciones Públicas, ha generado que los diferentes medios de comunicación no presten mucha atención a los boletines de prensa emitidos desde la Dirección de Comunicación del Municipio, por lo tanto la ciudadanía otavaleña se ha venido informando acerca de las actividades que realiza el alcalde, a través de la municipalidad, por medios locales y provinciales de acuerdo a la línea editorial que mantiene cada uno, dejando de lado las noticias municipales emitidas desde la institución y que son emitidas únicamente en los espacios contratados por la misma institución.

En lo referente a medios de comunicación digitales, la falta de información o un canal específico y efectivo de información a la ciudadanía, ha generado que apenas el 11% del sector urbano se informe de las actividades municipales en lo que respecta a redes sociales, puesto que esta institución si maneja redes sociales tales como: facebook, Twitter, Youtube e Instagram, de la misma manera posee una Página Web que la mayoría de usuarios desconocen y no le permite informarse de actividades importantes de esta institución, generando aun más desinformación.

La Municipalidad del cantón Otavalo cumple con la entrega de un periódico municipal que se lo reparte de forma mensual tanto en el sector urbano y rural del

cantón, sin embargo el 92% de los encuestados desconocen este medio de comunicación alternativo, generando de esta manera que esta herramienta de comunicación interna y externa no genere ningún impacto en su distribución a la población otavaleña.

En lo que respecta a notoriedad pública del actual alcalde y de su administración municipal no ha mostrado una imagen positiva, ya que el 46% de los encuestados consideran que tanto la imagen de su autoridad como de la institución no es ni buena ni mala, mientras que el 17% consideran que tiene una mala imagen pública, siendo de una u otra manera perjudicial para la municipalidad y su representante, ya que en caso de querer una reelección, probablemente no se cumpla, por su falta de posicionamiento y buena imagen con sus usuarios o público objetivo.

Ya que como lo menciona Duarte (2010, parr.1), en el primer capítulo de esta investigación, manifestando que:

“La imagen pública es la percepción general que comparte el público objetivo acerca de una marca, un producto, una persona, una empresa, una institución o un país, misma que provocará un juicio de valor u opinión y que le motivará a adoptar, ante estos, una determinada conducta de rechazo o aceptación”.

Al hablar de un GAD Municipal, no solo se habla de la institución en sí, sino también del personaje político que está a cargo de la misma, motivo por el cual en la investigación se tomó en consideración la percepción de los encuestados a cerca del trabajo que ha realizado el actual alcalde del cantón, obteniendo como resultado que el 37% consideran que su gestión no ha sido ni buena ni mala, mientras que el 26% cree que su gestión como alcalde ha sido mala. Denotando de esta manera que la población otavaleña no está conforme con la gestión de

trabajo de esta administración ni de su actual alcalde, motivo por el cual se refleja una carencia de notoriedad pública por parte del alcalde de este cantón.

Tomando en consideración que el político al que nos referimos estaría perdiendo credibilidad en su gobierno y por ende su notoriedad pública se vería afectada si desearía una posible reelección.

Uno de los aspectos más importantes considerados en este estudio, también ha sido la calidad de servicio al cliente que brinda esta institución a sus usuarios o clientes, los mismos que la han calificado en su gran mayoría como regular o mala, generando un descontento por parte de los usuarios, ya que consideran que la atención es lenta y no efectiva y que los requisitos son muchos en caso de tener que llevar a cabo trámites cortos o largos, manifestando también que una gran parte de sus trabajadores no son educados ni corteses al momento de brindarles atención, lo que esto ha venido generando una opinión pública desfavorable para el municipio y una notoriedad pública negativa para su alcalde.

Se puede decir que por el exceso de requisitos para desarrollar un proceso en la municipalidad, sus usuarios desconocen las actividades específicas que realizan las direcciones o departamentos a los que tienen que dirigirse y muchas de las veces la información solicitada no está en ese departamento, por lo que deben dirigirse primero a otro departamento para seguir con el proceso, generando de esta manera una pérdida de tiempo en trámites que a veces son de urgencia para los usuarios lo que ha venido generando un descontento y mal estar de los mismos.

Al finalizar este capítulo se puede recalcar que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo, no tiene una imagen pública buena sobre su público objetivo, además que no consideran que la gestión del su alcalde no ha sido favorable. Considerando de esta manera que si la Municipalidad de Otavalo quiere consolidar y posicionar su imagen como positiva, se estima conveniente que se realice un Plan de Comunicación que permita la notoriedad pública favorable para su alcalde y generando de esta manera una opinión pública para el municipio de Otavalo, dirigida de manera especial para sus habitantes.



## CAPÍTULO IV

### **4. PROPUESTA: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA LA NOTORIEDAD PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE OTAVALO**

#### **4.1 Antecedentes.**

Tomando en consideración los resultados obtenidos en la presente investigación y sus resultados, se ha considerado la necesidad de realizar un diagnóstico FODA, el mismo que nos ayudará a conocer a esta institución de forma interna y externa, lo que nos permitirá elaborar un plan de notoriedad pública más acertado.

De la misma manera se realizará la metodología del marco lógico, el cual nos permitirá realizar un árbol de problemas y soluciones, herramienta de comunicación que nos permitirá resumir las características principales de este proyecto, desde el diseño e identificación, la definición, la valoración, la ejecución y supervisión hasta su evaluación.

## 4.2 Diagnóstico.

### 4.2.1. Análisis FODA

Tabla N° 26

| FORTLEZAS  | OPORTUNIDADES  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los empleados de la Municipalidad de la anterior administración con los empleados de la actual tienen buena relación laboral, lo que ha generado una buena relación con el actual alcalde.</li> <li>- El personal aporta con ideas nuevas y proactivas en beneficio de la municipalidad y su primera autoridad.</li> <li>- Personal preparado y calificado para desarrollar actividades externas municipales.</li> <li>- Planificación y ejecución de una agenda de actividades externas con el alcalde.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buenas relaciones entre GAD's Parroquiales y Municipio de Otavalo.</li> <li>- Página web y redes sociales actualizadas.</li> <li>- Apoyo de ONG's en proyectos de ayuda social.</li> <li>- buena relación entre algunos municipios vecinos.</li> <li>- Cuenta con maquinaria disponible para trabajo de proyectos urbanos y de ayuda comunitaria</li> </ul> |

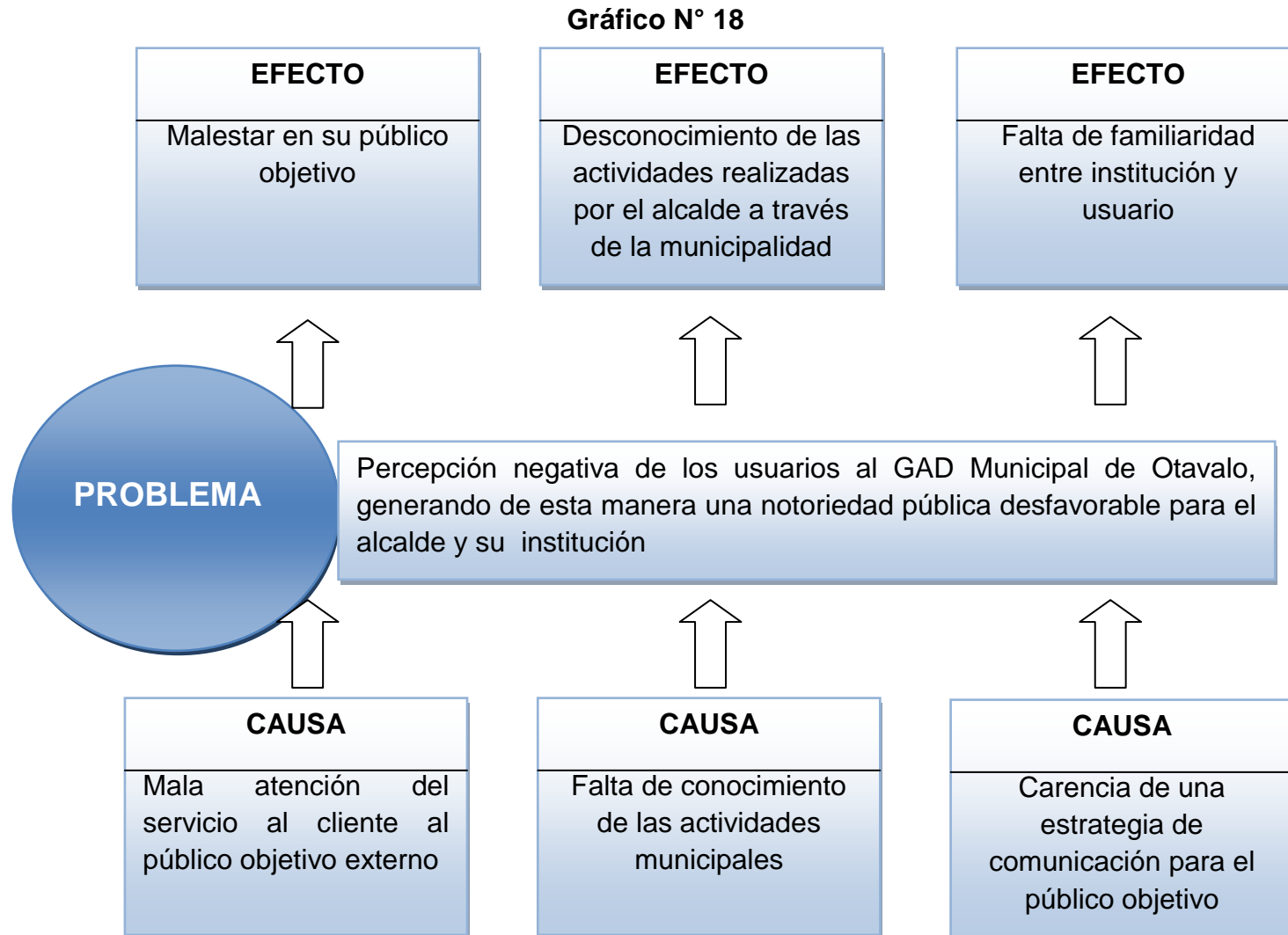
| DEBILIDADES  | AMENAZAS  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Carece de señalética que dificulta a los usuarios para llegar a las diferentes instalaciones y departamentos municipales</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Carece de una identidad corporativa</li> <li>- Estrechas diferencias políticas con el actual gobierno</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe un buen clima laboral, lo que genera problemas de atención al público objetivo externo.</li> <li>- Carencia de una buena relación entre direcciones municipales, lo que provoca una imagen negativa externa institucional</li> <li>- Personal municipal no capacitado</li> <li>- Desconocimiento de la filosofía corporativa de su público externo</li> <li>- Ejecución de actividades municipales externas sin una planeación previa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- falta de apoyo y compromiso del gobierno para la asignación de presupuesto para la ejecución de obras.</li> <li>- Inestabilidad laboral</li> <li>- Mala relación entre organizaciones sociales con la Municipalidad.</li> <li>- falta de apoyo de la ciudadanía hacia la actual administración municipal.</li> </ul> |
|---|---|

FODA Institucional del GAD Municipal del cantón Otavalo, a través de datos recabados y experiencia laboral de la titular en esta institución.

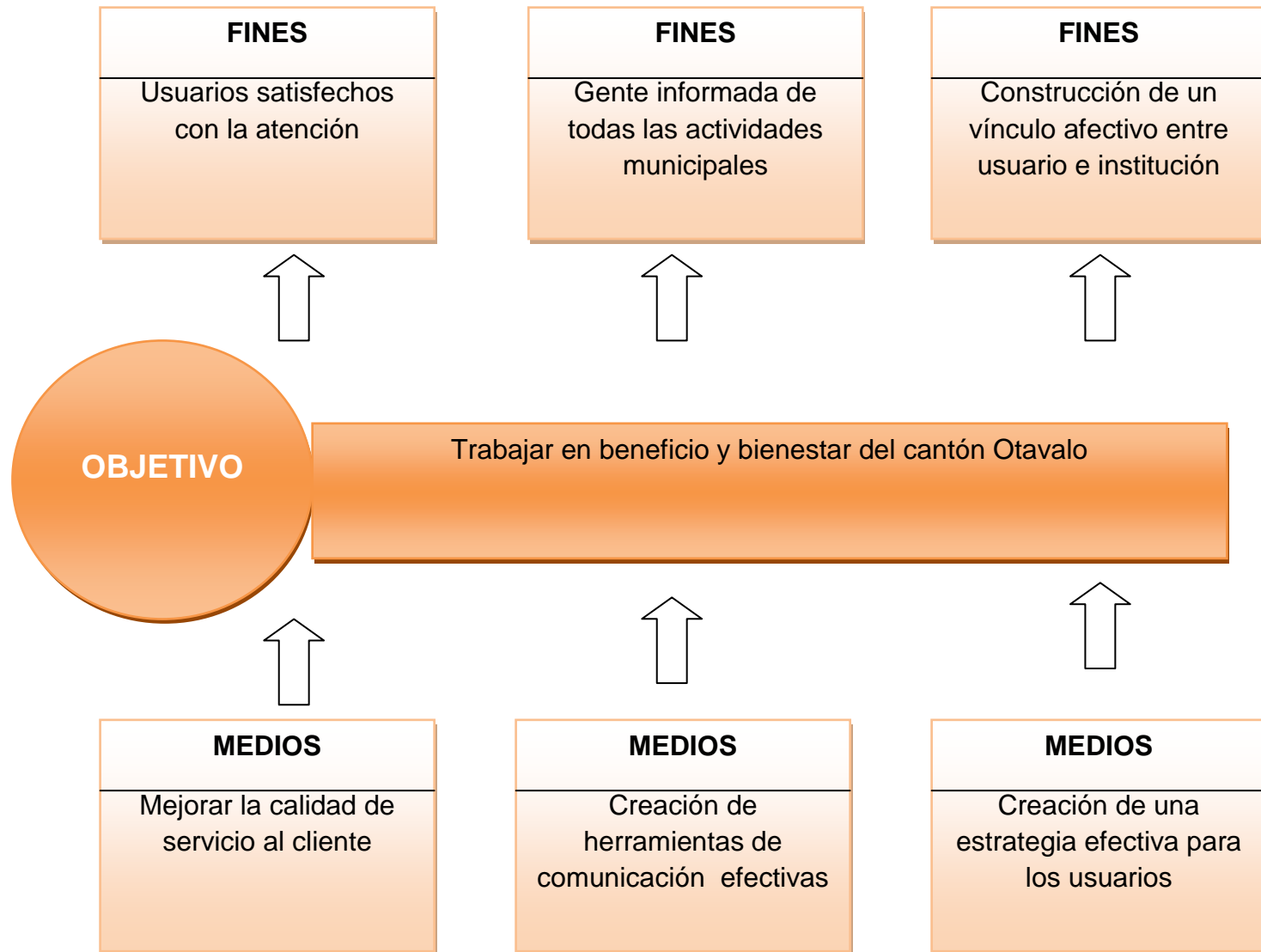
4.2.2. Metodología del Marco Lógico

4.2.2.4. Árbol de problemas del GAD Municipal del cantón Otavalo.



4.2.2.5. **Árbol de soluciones del GAD Municipal del cantón Otavalo.**

**Gráfico N° 19**



#### 4.2.2.6. Matriz de análisis de interés del Marco Lógico.

Tabla N° 27

| Jerarquía de objetivos | Metas  | Indicadores   | Fuentes de verificación   | Supuestos   |
|------------------------|--|---|---|---|
| <b>Fin</b>             | Público objetivo satisfecho con la calidad e servicio al cliente             | Número de usuarios que visitan la Municipalidad de forma semanal  | Entrega de tickets<br>Entrega de formularios<br>Calificación del servicio | Generar un 60% de usuarios satisfechos con la atención al cliente                   |
|                        | Usuarios bien informados de las actividades municipales internas y externas  | Respuestas favorables en página web, redes sociales y medios de comunicación por parte de la ciudadanía | Redes sociales<br>Opinión Pública favorable en medios de comunicación     | Lograr el 50% de aceptación de la ciudadanía en actividades y gestiones municipales |
|                        | Generación de un vínculo afectivo entre el público objetivo y la institución | Masiva participación de la ciudadanía en actividades realizadas por la municipalidad                    | entrevistas<br>sondeos de opinión   | Generar un 60% de familiaridad entre los usuarios y el municipio                    |

|                    |  |   |  |  |
|--------------------|--|---|--|--|
| <b>Propósito</b>   | Trabajar en beneficio y bienestar del cantón Otavalo   | Porcentaje de gente satisfecha del trabajo de la Municipalidad  | Opinión pública favorable de la institución                                  | Incrementar un 70% de ciudadanos satisfechos con el trabajo del Municipio                              |
| <b>Componentes</b> | Buena calidad de servicio al cliente<br><br>Información<br><br>Estrategias de comunicación   | Número de personas que visitan el Municipio por trámites o información  | Número de tickets y trámites realizados                                      | Generar un 60% de usuarios satisfechos con la atención al cliente                                      |
| <b>Actividades</b> | Mejorar la calidad de servicio al cliente<br><br>Creación de herramientas de comunicación internas y externas<br><br>Creación de una estrategia afectiva para los usuarios | Calificación obtenida de los usuarios sobre la atención recibida en el Municipio<br><br>Opinión pública favorable | Entrevistas<br><br>Sondeos de Opinión<br><br>Aparecimiento en medios masivos | Incrementar el 70% de la ciudadanía bien informada y satisfecha con la actual administración municipal |

**Elaborado por:** Andrea Andrade, a través de investigación y diagnóstico realizado

#### 4.2.2.7. Mapa de públicos del GAD Municipal del cantón Otavalo

Gráfico N° 20



**Elaborado por:** Andrea Andrade

Después de haber realizado el diagnóstico FODA y a su vez revisado la matriz del marco lógico se procede a la realización del objetivo general y los objetivos específicos del Plan de Relaciones Públicas y Comunicación que esta investigación propone.



### **4.3. Objetivos**

#### **Objetivo General.**

Realizar un plan de Relaciones Públicas y Comunicación que permita la notoriedad pública favorable para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo en el lapso de un año.

#### **Objetivos Específicos.**

1. Consolidar la identidad corporativa tanto en el público interno como externo del Municipio de Otavalo.
2. Generar notoriedad pública favorable en la ciudadanía otavaleña, así como también en los distintos medios de comunicación locales y provinciales para el alcalde y la institución a la que representa.
3. Generar un vínculo afectivo entre la municipalidad y la ciudadanía otavaleña.

#### 4.4. Plan de Relaciones Públicas y Comunicación para el GAD Municipal del cantón Otavalo

| Objetivo General   | Objetivos Específicos  | Estrategias  | Tácticas  | Actividades   | Responsable   |
|--|--|--|---|---|---|
| <p><b>Realizar un plan de Relaciones Públicas y Comunicación que permita la notoriedad pública favorable para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo en el lapso de un año.</b></p> | <p><b>O1.</b> Consolidar la identidad corporativa tanto en el público interno como externo del Municipio de Otavalo.</p> | <p><b>E1. Dar a conocer sobre la identidad y filosofía corporativa al público objetivo interno y externo</b></p> | <p><b>T1.</b> Ubicar en cada dirección municipal y lugares estratégicos material gráfico digital e impreso que contenga la misión, visión y valores de la institución, acompañado de un saludo del alcalde.</p> | <p><b>A1.</b> Personal de la Dirección de Comunicación ubicará en cada pantalla Led, en cada dirección departamental y ventanillas de servicios material que contenga la misión, visión y valores de la misma</p> | <p>Dirección de Comunicación<br/><br/>Diseñador gráfico</p> |

|  |  |  |   |  |   |
|--|--|--|---|--|---|
|  |  |  | <p><b>T2.</b>Implementación de un mapa (croquis) de ubicación en los pasillos principales del Municipio</p> | <p><b>A2.</b> Instalación de dos croquis, ubicados en el primer y segundo piso con la finalidad de que tanto los trabajadores nuevos y los usuarios sepan en donde se encuentran y cómo llegar al lugar que necesitan.</p> | <p>Dirección de Comunicación</p> <p>Diseñador gráfico</p> |
|--|--|--|---|--|---|

|  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|
|  |  |  | <p><b>T3.</b>Implementación de una revista institucional digital, en donde se reflejará el trabajo del alcalde y de cada una de las dependencias municipales, además se incluirá temas de interés social, cultural, tecnológico, entre otros.</p> | <p><b>A3.</b> A través de la dirección de comunicación se elaborará una revista sencilla en donde se refleje y se destaque el trabajo del alcalde y de las diferentes áreas municipales, la misma que llevará al final un caluroso mensaje de motivación por parte del alcalde a sus colaboradores.</p> | <p>Dirección de TIC's, a través de un técnico encargado</p> |
|--|--|--|---|---|---|

|  |  |  |   |  |   |
|--|--|--|---|--|---|
|  |  | <p><b>E2. Motivar al personal para que trabaje por la institución y para el beneficio del cantón</b></p> | <p><b>T1.</b> Mensaje de buen inicio y final de semana de labores a través del alto parlante, de la misma manera un saludo de bienvenida a sus usuarios que visitan la institución.</p> | <p><b>A1.</b> El alcalde de Otavalo será el responsable de emitir un fraterno saludo a cada inicio y final de semana, a través del alto parlante dirigido a todos sus colaboradores y a sus usuarios</p> | <p>Dirección de comunicación a través de su directora.</p> <p>Dirección de talento humano, a través del encargado del manejo del alto parlante.</p> |
|  |  |  | <p><b>T2.</b> Brindar capacitaciones al personal de las diferentes direcciones departamental es en temas relevantes</p>   | <p><b>A2.</b> Elaborar un cronograma de capacitaciones a todas las áreas municipales con temas que aportarán a su desarrollo tanto personal como</p>   | <p>Dirección de Talento humano</p> <p>Capacitadores</p> <p>Directores departamental</p>   |

|  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|
|  |  |  | para mejorar su desempeño personal y profesional  | profesional.<br>Estas capacitaciones deberán incluir como punto principal para todas las áreas, el tema de calidad de servicio al cliente.  | es  |
|  |  |  | <b>T3.</b> Establecer una fecha específica al año para celebrar el día del trabajador municipal, a la misma vez crear un evento en las redes sociales institucionales | <b>A3.</b> Establecer como una política institucional una actividad de unión entre altos y bajos mandos, a través de una actividad recreacional una vez al año, denominada <b>“Como en familia”</b> | Dirección de Comunicación.<br><br>Dirección de Talento Humano<br><br>Dirección de TIC's |

|  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|
|  |  |  | <p><b>T4.</b> Extender felicitaciones al personal por parte del alcalde ya sea por días festivos o para felicitarlos por su desempeño laboral o años de trabajo</p> | <p><b>A4.</b> A través de la Dirección de Comunicación y Talento Humano, se desarrollará una base de datos que permita conocer fechas representativas para todo el personal, como es el día de su cumpleaños o sus años de trabajo en donde se enviará un mensaje por mailling o a su vez por medio de redes sociales una felicitación a sus colaboradores.</p> | <p>Dirección de Comunicación</p> <p>Dirección de Talento Humano</p> <p>Dirección de TIC's</p> |
|--|--|--|---|---|---|

| Objetivo General  | Objetivos Específicos  | Estrategias   | Táticas  | Actividades  | Responsable   |
|---|--|---|--|--|---|
| <p><b>Realizar un plan de Relaciones Públicas y Comunicación que permita notoriedad pública favorable para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo en el lapso de un año.</b></p> | <p><b>O2.</b> Generar notoriedad pública favorable en la ciudadanía otavaleña, así como también en los distintos medios de comunicación locales y provinciales para el alcalde y la institución a la que representa.</p> | <p><b>E1. Difundir en medios de comunicación locales y provinciales actividades municipales de mayor relevancia para el interés del cantón.</b></p> | <p><b>T1.</b> Crear una agenda efectiva de medios de comunicación.</p> | <p><b>A1.</b> Realizar un análisis de medios de comunicación que generen mayor impacto en el cantón Otavalo y de la provincia, en donde el alcalde realizará su aparecimiento en medios hablando de temas de trabajo municipal y temas de relevancia en la actualidad.</p> | <p>Alcalde de la ciudad<br/>Dirección de Comunicación<br/>Asesores del alcalde.</p> |



|  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  | <p><b>T2.</b> implementar un espacio de opinión ciudadana en las diferentes redes sociales que maneja el Municipio de Otavalo.</p> | <p><b>A2.</b> Implementar un espacio de opinión ciudadana en un en la página web institucional, así como en las redes sociales que maneja el municipio, actividad que será denominada como <b>“Otavaleño tu opinión cuenta”</b>.</p> <p>Este espacio que generará</p> | <p>Dirección de Comunicación, a través de un Community Manager</p> <p>Dirección de TIC's</p> |
|--|--|--|--|---|--|

|  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|
|  |  |  |   | interacción con entre la ciudadanía la institución y su primera autoridad.  |   |
|  |  |  | <b>T3.</b> Fijar una entrevista semanal en los diferentes medios de comunicación con el alcalde y sus directores departamentales (Rendición de cuentas) | <b>A3.</b> Realizar una agenda de medios tanto para el alcalde como para sus directores departamentales con la finalidad de hablar de temas relevantes para la ciudadanía como: obras, proyectos y otros. | Alcalde de Otavalo.<br><br>Directores departamentales<br><br>Representante de la Dirección de comunicación encargado de establecer agenda |

|  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  | <p><b>T4.</b> Generar líderes de opinión formales para manejar cualquier situación que se presente en la institución (Voceros oficiales), que realicen un trabajo conjunto con el alcalde y así puedan trabajar con otras instituciones u organismos sociales.</p> | <p><b>A4.</b> Realizar un taller de Media Training para formar líderes de opinión formales que respondan a las diferentes actividades que se realiza en la institución.</p> <p>Esta actividad tendrá como finalidad generar un espacio de diálogo entre con los diferentes representantes de las organizaciones y por ende el</p> | <p>Capacitadores</p> <p>Representantes de cada dirección departamental que responda a un perfil de un líder (Directores departamentales)</p> |
|--|--|--|--|---|--|

|  |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|---|---|
|  |  |  |  | trabajo en conjunto con las mismas instituciones y la Municipalidad.  |   |
|  |  | <b>E2. Realizar actividades que permitan conocer el trabajo que desempeña el personal de la municipalidad.</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1. Jornada de puertas abiertas aprovechando una fecha conmemorable para el cantón.</li> </ul> | <b>A1.</b> Realización de una casa abierta institucional por el 31 de Octubre, fecha cívica para el cantón Otavalo, en donde la ciudadanía, instituciones educativas, públicas y privadas visitarán las instalaciones de la municipalidad y | Alcalde de Otavalo dando la bienvenida<br><br>Direcciones departamentales<br><br>Responsable de amplificación y audio<br><br>Personal de protocolo en el pretil municipal |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | <p>sus alrededores, en donde se irá explicando el trabajo que ha venido realizando cada una de ellas.</p> <p>Esta explicación vendrá acompañada de material informativo interactivo. Tanto para jóvenes y adultos.</p> <p>De la misma manera se instalará un buzón de sugerencias en cada mesa, con el</p> | <p>Personal de menaje ubicando stand y carpas de información</p> |
|--|--|--|--|--|--|

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | objetivo de que las personas dejen sus comentarios y sugerencias.  |  |
|  |  |  | <b>T2.</b> Entrega de cartas de servicios básicos acompañados de un periódico municipal a la ciudadanía. | <b>A2.</b> Los encargados y responsables de entregar cartas de servicios básicos municipales, las entregaran junto con un periódico municipal.<br><br>De la misma manera que se lo distribuirá en cada ventanilla de | Personal encargado de entregar cartas de servicios básicos.<br><br>Direcciones departamentales<br><br>Personal de ventanillas de servicios |

|  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  | servicios municipales y en cada dirección se entregará este periódico a las personas que las visiten.   |  |
|  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>3. Trabajo social y cultural mancomunado con otras instituciones públicas o privadas.</b></li> </ul> | <p><b>A3.</b> Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, públicas y privadas, para realizar actividades educativas, sociales y culturales en fechas históricas y conmemorativas</p> | Equipo delegado por el alcalde para la realización de las diferentes actividades con las instituciones |

|  |  |  |   |  |   |
|--|--|--|---|--|---|
|  |  |  |   | <p>para el cantón y el país.</p> <p>Al mismo tiempo se realizará la entrega de material gráfico interactivo en la realización de los diferentes eventos.</p> |   |
|  |  | <p><b>E3. Difundir las herramientas de comunicación digitales de una manera efectiva que genere impacto.</b></p> | <p><b>T1.</b> Crear un noticiero digital en el canal de Youtube institucional, el mismo que vendrá acompañado de un slogan para el alcalde que será aplicado en todo el</p> | <p><b>A1.</b> La creación de este noticiero permitirá contrastar la noticia entre el medio y la institución para que la ciudadanía esté informada.</p>       | <p>Contratación de profesionales para la elaboración del noticiero digital.</p> <p>Diseñador gráfico encargado de la elaboración de</p> |



|  |  |  |   |   |  |
|--|--|--|---|---|--|
|  |  |  | <p>material gráfico y audiovisual municipal, y reforzado también en sus redes sociales.</p> | <p>El contenido de este material será interactivo y de calidad, el mismo que abarcará con temas municipales y de interés para la sociedad.</p> <p>El slogan que se manejará en todos estos productos comunicacionales será:</p> <p><b>“Tú buen amigo, Gustavo Pareja”</b></p> | <p>todas las piezas gráficas de la municipalidad.</p> <p>Community manager</p> |
|--|--|--|---|---|--|

|  |  |  |   |  |   |
|--|--|--|---|--|---|
|  |  |  | <p><b>T2.</b> Promocionar las redes sociales de la municipalidad en los diferentes eventos que se realicen.</p> | <p><b>A2.</b> La municipalidad cuenta con una página web y redes sociales que no han sido dadas a conocer a la ciudadanía, por lo que deberían ser mencionadas en todos los eventos corporativos e implementados en todo el material gráfico que se produce en la institución.</p> | <p>Diseñador gráfico</p> <p>Community manager</p> <p>Promotores sociales y turísticos</p> |
|--|--|--|---|--|---|

|  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|
|  |  |  | <p><b>T3.</b> Reforzar la interacción entre la ciudadanía y la institución a través de las diferentes redes sociales.</p> | <p><b>A3.</b> En las diferentes redes sociales que maneja la municipalidad se construirá un espacio de opinión ciudadana en donde se receptará todos los aportes y los aportes que se emitan con relación a obras, proyectos sociales y culturales.</p> <p>Generando de esta manera una retroalimentación positiva.</p> | <p>Community manager</p> <p>Diseñador gráfico</p> |
|--|--|--|---|---|---|

| Objetivo General   | Objetivos Específicos   | Estrategias  | Tácticas  | Actividades   | Responsable   |
|--|---|--|---|---|---|
| <p><b>Realizar un plan de Relaciones Públicas y Comunicación que permita notoriedad pública favorable para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón</b></p> | <p><b>O3.</b> Generar un vínculo afectivo entre la municipalidad y la ciudadanía otavaleña.</p> | <p><b>E1. Generar espacios de diálogo entre el alcalde y grupos sociales del cantón.</b></p> | <p><b>T1.</b> Realizar audiencias ciudadanas fuera de la municipalidad en sedes de asociaciones y demás grupos sociales</p> | <p><b>A1.</b> Crear un ambiente adecuado entre el alcalde y organismos sociales con el fin de establecer actividades y proyectos en conjunto para el bienestar de la ciudad y que la ciudadanía visualice el interés por parte del alcalde para el desarrollo del cantón.</p> | <p>Alcalde de Otavalo</p> <p>Equipo técnico de trabajo del alcalde</p> <p>Líder de opinión</p> <p>Cobertura en comunicación</p> |

|                                       |  |  |  |   |   |
|---------------------------------------|--|--|--|---|---|
| <p>Otavaló en el lapso de un año.</p> |  |  | <p><b>T2.</b> Gestionar actividades con los diferentes GAD's Parroquiales de Otavaló</p> | <p><b>A2.</b> Organizar una visita mensual a los diferentes GAD's Parroquiales por parte del alcalde, con la finalidad de establecer un cronograma de actividades conjuntas en beneficio del sector rural del cantón.</p> | <p>Dirección de comunicación a través de un delegado que maneje el cronograma de actividades</p> <p>Alcalde acompañado de su equipo técnico y presidentes de los GAD's parroquiales</p> |
|---------------------------------------|--|--|--|---|---|

|  |  |   |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|
|  |  | <p><b>E2. Vincular a la ciudadanía a las diferentes actividades que realizan ciertas dependencias municipales</b></p> | <p><b>T1.</b> Elaboración de una base de dato de todas las organizaciones sociales de la ciudad.</p> | <p><b>A1.</b> Entrega de invitaciones físicas o electrónicas a las diferentes organizaciones sociales para que formen parte de estas actividades</p> |  |
|--|--|---|--|--|--|

|  |  |  |   |  |  |
|--|--|--|---|--|--|
|  |  |  | <p><b>T2.</b> Establecer un cronograma de trabajo con la Federación de Barrios de Otavalo y los presidentes de cada barrio del sector urbano de Otavalo</p> | <p><b>A2.</b> A través de este mecanismo de trabajo, los diferentes presidentes de los barrios informaran a sus vecinos sobre el trabajo que realiza el Municipio en conjunto con esta institución para el bienestar de cada sector.</p> |  |
|--|--|--|---|--|--|

|  |  |   |   |  |  |
|--|--|---|---|--|--|
|  |  | <b>E3. Impulsar el turismo local de este cantón</b> | <b>T1.</b> Realizar una alianza estratégica entre la Municipalidad y el Ministerio de turismo, Ministerio de Cultura e instituciones a fines para que visiten Otavalo y se promueva el turismo. | <b>A1.</b> Esta alianza será socializada entre la Dirección de Turismo de la Municipalidad, representantes del sector hotelero de Otavalo y el Ministerio de Otavalo, con la finalidad de establecer |  |
|  |  |   |   | una hoja de ruta turística que beneficie a todos los sectores turísticos de este sector y reactive su economía.  |  |



|  |  |  |   |   |  |
|--|--|--|---|---|--|
|  |  |  | <b>T2.</b> Creación de una Aplicación móvil turística de Otavalo. | <b>A2.</b> Esta será diseñada por la dirección de turismo de la municipalidad y será instalada en los hoteles de la ciudad que lo requieran y en sectores específicos de esta ciudad. |  |
|--|--|--|---|---|--|

#### 4.5. Matriz de evaluación.

| <b>Objetivo</b>   | <b>Tipo de objetivo</b> | <b>Nivel de evaluación</b> | <b>Mecanismos de evaluación</b>   | <b>Indicadores</b>   | <b>Responsable</b>                                  | <b>Tiempo</b> |
|---|-------------------------|----------------------------|---|--|---|---------------|
| Consolidar la identidad corporativa tanto en el público interno como externo del Municipio de Otavalo.  | Informativo             | Básico                     | Hojas de registro<br><br>Revista digital interna  | Nivel de aceptación de las actividades<br><br>Número de visitas  | Direcciones de Talento Humano, Comunicación y TIC's | 3 meses       |
| Generar notoriedad pública favorable en la ciudadanía otavaleña, así como también en los distintos medios de comunicación locales y provinciales para el alcalde y la | Persuasivo              | Intermedio                 | Aparecimiento en medios locales y provinciales<br><br>Hojas de registro de las actividades<br><br>Número de visitas en Redes Sociales | Opinión pública favorable<br><br>Nivel de aceptación de actividades<br><br>Número de seguidores, likes y vistas de los sitios web<br><br>Número de | Direcciones de Comunicación e Informática (TIC's)   | 5 meses       |

|  |                     |                 |  |  |  |                |
|--|---------------------|-----------------|--|--|--|----------------|
| <p>institución a la que representa.</p>  |                     |                 |  | <p>periódicos Municipales entregados a la ciudadanía</p>   |  |                |
| <p>Generar un vínculo afectivo entre la municipalidad y la ciudadanía otavaleña.</p> | <p>Motivacional</p> | <p>Avanzado</p> | <p>Número de sedes en donde se realizaron las audiencias ciudadanas<br/><br/>Base de datos completa<br/><br/>Número de hoteles participantes</p> | <p>Nivel de aceptación y trabajo realizado<br/><br/>Número de invitaciones confirmadas<br/><br/>Aceptación por parte de los hoteles que participan en esta actividad</p> | <p>Dirección de Turismo y representante del Gremio Hotelero del cantón Otavalo</p> | <p>4 meses</p> |

**4.6. Cronograma de actividades.** El mismo que será aplicado desde la aprobación del proyecto. 2017 - 2018

| Obj. | Est. | Tac | Actividad   | Mar. |   |   |   | Abr. |   |   |   | May. |   |   |   | Jun. |   |   |   | Jul. |   |   |   | Ago. |   |   |   | Sep. |   |   |   | Oct. |   |   |   | Nov. |   |   |   | Dic. |   |   |   |
|------|------|-----|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|
|      |      |     |   | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |
| 1    | E1   | T1. | Ubicar en cada dirección municipal y lugares estratégicos material gráfico que contenga la misión, visión y valores de la institución.  | X    | X |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
|      |      |     | Implementación de un mapa (croquis) de ubicación en los pasillos principales del Municipio.   |      |   | X | X |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
|      |      |     | Implementación de una revista institucional digital, en donde reflejará el trabajo del alcalde y de sus dependencias municipales, además incluirá segmentos de interés social | X    |   |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      |   |   |   |
|      | E2   | T2  | Mensaje de buen inicio y final de semana de labores a través del alto parlante  | X    |   |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      | X |   |   |      |   |   |   |
|      |      |     | Brindar capacitaciones al personal de las diferentes direcciones departamentales en temas relevantes para mejorar su desempeño laboral  |      |   |   |   |      |   |   |   | X    | X | X | X | X    | X | X | X | X    | X | X | X |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |







## 4.7. Presupuesto

| <b>Actividad</b>   | <b>Coste de Unidad</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Coste total</b>  |
|--|------------------------|-----------------|---------------------|
| Plan de Comunicación GADMCO  | \$ -                   | 1               | \$ -                |
| Material gráfico que contenga la filosofía corporativa             | \$ 0,30                | 100             | \$ 30.00            |
| Elaboración y ubicación de croquis institucional                   | \$ 150.00              | 2               | \$ 300.00           |
| Elaboración de la revista institucional digital                    | \$ -                   | 1               | \$ -                |
| Capacitaciones a todas las direcciones municipales                 | \$ 300.00              | 13              | \$ 3900.00          |
| Actividad denominada <b>“Como en familia”</b>                      | \$ -                   | 1               | \$ 4000.00          |
| Taller de Media Training   | 200.00                 | 13              | \$ 2600.00          |
| Casa abierta <b>“Jornada puertas abiertas”</b>                     | \$                     | 1               | \$ -                |
| Entrega de material Informativo                                    | \$ 0,30                | 1000            | \$ 300.00           |
| Entrega de pulseras  | \$ 0,20                | 2000            | \$ 400.00           |
| Buzón de sugerencias   | \$ 25.00               | 15              | \$ 375.00           |
| Material impreso para trabajo social mancomunado con instituciones | \$ 0,30                | 2000            | \$ 600.00           |
| Creación de un noticiero en el canal de Youtube                    | \$ 4.000               | 1               | \$ 4000.00          |
| Entrega de invitaciones a instituciones públicas y privadas        | \$ 0.40                | 500             | \$ 200.00           |
| Aplicación móvil turística   | \$ -                   | 1               | \$ -                |
| <b>Valor total</b>   |                        |                 | <b>\$ 16.705.00</b> |



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- Las Relaciones Públicas y la Comunicación con el paso de los años han ido creciendo, sin lugar a duda, en las empresas públicas y privadas, ya que cada vez las empresas no solo se enfocan en vender un producto y servicio, sino también se preocupan por generar una buena impresión en sus consumidores o usuarios, dando de esta manera importancia a este ámbito profesional de la comunicación.
- No existe un posicionamiento de imagen corporativa de la municipalidad por parte de su público objetivo externo, generando de esta manera una inexistencia de notoriedad pública, para su alcalde y su institución.
- La comunicación interna de la municipalidad no es buena, por lo que no existe un buen clima laboral y las diferencias entre direcciones municipales cada vez son más constantes, dejando de esta manera a un lado a las herramientas de comunicación interna existentes.
- La relación con los medios de comunicación ya sean locales, provinciales y nacionales deben ser buenas con la institución ya que de ellos dependerá la buena o mala imagen que ellos le proporcionen a esta institución y a su actual alcalde.
- la calidad de servicio al cliente no es buena por lo que ha generado malestar en sus usuarios y problemas en la realización de trámites.

## Recomendaciones

- Como principal punto, se recomienda una reestructuración de la Dirección de Comunicación de GAD Municipal de Otavalo, independientemente de que se mantenga o venga otra administración municipal, ya que se ha visto muchas falencias en el manejo de Relaciones Públicas, así como también en su manejo de comunicación de esta institución lo que ha generado barreras comunicacionales.
- Fortalecer la filosofía corporativa de la municipalidad con las diferentes actividades que se desarrollan en la misma y posicionarla en el cantón Otavalo.
- Poner de parte para mejorar el clima laboral de esta institución para de esta manera lograr un trabajo conjunto entre las direcciones y que se vea reflejado en la mejora de la calidad de servicio al cliente brindado a la ciudadanía.
- Reforzar los vínculos con medios de comunicación locales y provinciales para de esta manera establecer un mecanismo de trabajo más objetivo entre la municipalidad y el medio de comunicación que proporcione una información de calidad.
- Mantener buenas relaciones entre directores departamentales dejando a un lado su relación personal, enfocándose en lo profesional para el bienestar de la actual administra, de su alcalde y la ciudadanía otavaleña.

## BIBLIOGRAFÍA

### Referencia Bibliográfica

- Adler, R., & Marquardt, E. (2005). *Fundamentos de la Comunicación en las empresas y las actividades profesionales. En Comunicación Organizacional principios y prácticas para negocios y profesiones*. McGraw Hill.
- Barquero. (2000). *Manual de Relaciones Públicas*. España: Gestión 200.
- Canel, MJ. (2006). *La Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Ed Tecnos.
- Dominguez. *Manual de Relaciones Públicas*. España: Visión Net.
- Entee, MC. (s.f.). *Comunicación Oral*. Alhambra Editorial.
- Fernández, S. (2007). *Cómo gestionar la comunicación en instituciones públicas y no lucrativas, Guías para la formación*. Madrid – España: Narcea Ediciones.
- Fonseca, M. (2000). *Comunicación oral, práctica y estrategia*. México: Primera Edición.
- Gerstlé, J. (2005). *La Comunicación Política*. Santiago de Chile, Chile: LOM Ediciones.
- Hennessy, B. (s.f.). *Opinión Pública*. Madrid – España.
- Iboskus. (2010). *Cambios socio culturales del siglo XXI*. Argentina: Zorzal.

- Lamb, C., & Hair, J., & Carl, D. (2006). *Marketing*. Internacional Thomson Editores: Octava Edición.
- López, D. (s.f.). *Hacia el Liderazgo Europeo en las escuelas de pensamiento de Marketing*. Madrid, España: Visión Libros.
- Lourdes, M. (2002). *Marketing Político, Arte y Ciencia de la Persuasión en democracia*. Barcelona, España: Paídos.
- Millares, A. M. (2001). *Periodismo, Opinión Pública y agenda ciudadana*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Monzón, C. (2006). *Opinión Pública, Comunicación y Política*. Madrid: Ed Tecnos.
- Serra. (2008). *Las normas jurídicas de los periodistas* . España: UOC.
- Stanton, W., & Etzel, M., & Bruce, W. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Interamericana: Decimocuarta Edición.
- Taylor. (1984). *Introducción a lo métodos cualitativos de la investigación*. España: Paidós Ibérica.
- Villaba. (2012). *Auditoría de Comunicación e Imagen* . Ecuador.
- Vlarezo. (2004). *El desarrollo local en el Ecuador, Historia, Actores y Métodos*. Ecuador: Abya - Yala.

### Referencia de tesis

- Sumba, K. (2014). Análisis del impacto mediático de actores políticos como catalizadores de imagen. Estudio de caso: Lenin Moreno. (Tesis pregrado, publicada). Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito – Ecuador.

## Informe

- INEC. (2010). Sistema Integral de Consultas.
- Dirección de Planificación. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo.

## Conferencia

- Gordo, A., Corral, MS (2013, 11), *1ra conferencia magistral de Imagen Pública*, Quito - Ecuador.

## Referencias electrónicas

- Anónimo. (s.f.). *Administración – estrategia*. Recuperado el 13 de 07 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional.htm>
- Anónimo. (2014). *Cumbre*. Recuperado el 15 de 05 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional.htm>
- Administrador. (25 de 05 de 2015). *GAD Otavalo*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/otavalo/historia-de-otavalo.html>
- Anónimo. (s.f.). *Plataforma de liderazgo local*. Recuperado el 25 de 05 de 2015, de [http://www.urb-al3.eu/uploads/descargas/Plantilla\\_10.pdf](http://www.urb-al3.eu/uploads/descargas/Plantilla_10.pdf)

- Anónimo. (s.f.). *Opinión Pública*. 25 de 05 de 2015, de [http://www.mercaba.org/FICHAS/Capel/opinion\\_publica.htm](http://www.mercaba.org/FICHAS/Capel/opinion_publica.htm)
- Anónimo. (s.f.). *Competencias de los Gobierno Autónomos Descentralizados*. Recuperado el 20 de 05 de 2015, de <http://guiaosc.org/cuales-son-las-competencias-de-los-gobiernos-autonomos-descentralizados/>
- Anónimo. (s.f.). *Organización de los GAD del Ecuador*. Recuperado el 21 de 05 de 2015, de [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org.pdf)
- Anónimo. (s.f.). *Elecciones Ecuador*. Recuperado el 23 de 05 de 2015, de <http://www.eleccionesenecuador.com/candidato-alcalde-GUSTAVO-PAREJA-canton-OTAVALO-593.html>
- Anónimo. (s.f.). *Voto Transparente*. Recuperado el 24 de 05 de 2015, de [http://vototransparente.ec/apps/elecciones-2014/images/planes\\_trabajo/IMBABURA/PREFECTO%20Y%20VICEPREFECTO//LISTAS%208-61/LISTAS%208-61.pdf](http://vototransparente.ec/apps/elecciones-2014/images/planes_trabajo/IMBABURA/PREFECTO%20Y%20VICEPREFECTO//LISTAS%208-61/LISTAS%208-61.pdf)
- Nueva Comunicación Argentina. (01 de 01 de 2012). *Importancia de la comunicación*. Obtenido de <http://nuevacomunicacionargentina.blogspot.com/2012/01/la-importancia-de-la-comunicacion-nivel.html>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Modelo de encuesta realizada



#### Modelo de Encuesta.

**Universidad Tecnológica Equinoccial**  
Facultad de Comunicación Artes y Humanidades  
Escuela de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

#### Encuesta

#### Objetivo.

La presente encuesta tiene como finalidad, conocer las percepciones sobre la notoriedad pública del Municipio del cantón Otavalo. La información proporcionada será utilizada con total discreción.

#### Datos personales.

Parroquia a la que pertenece:

|          |           |
|----------|-----------|
| San Luís | El Jordán |
|          |           |

Género:

|           |          |
|-----------|----------|
| Masculino | Femenino |
|           |          |

Edad: \_\_\_\_\_

Estado civil:

|            |           |               |          |                |
|------------|-----------|---------------|----------|----------------|
| f. Soltero | g. Casado | h. Divorciado | i. Viudo | j. Unión libre |
|            |           |               |          |                |

Nivel instruccional:

|         |          |            |             |          |          |     |      |
|---------|----------|------------|-------------|----------|----------|-----|------|
| Ninguno | Primaria | Secundaria | Universidad | Posgrado | Maestría | Phd | Otro |
|         |          |            |             |          |          |     |      |

### Información solicitada.

Marque con una X la respuesta de su agrado

#### Pregunta filtro

12. ¿Conoce usted el nombre del actual alcalde de Otavalo?

|       |  |
|-------|--|
| f. SI |  |
| g. NO |  |

13. Si conoce el nombre del actual Alcalde, marque su nombre con una X

|                     |  |
|---------------------|--|
| h. Gustavo Pareja   |  |
| i. Fabián Villareal |  |
| j. Mario Conejo     |  |

14. Marque con una x los proyectos que conoce que realiza el Municipio de Otavalo

|  |  |
|--|--|
| e. Grupos sociales se benefician de Turismo Local      |  |
| f. Apoyo en legalización de Tierras en el sector Rural |  |
| g. Octubre Cívico y Cultura                            |  |
| h. Octubre rojo y libertario                           |  |

15. ¿Mediante qué medios de comunicación se informa sobre todas las actividades que realiza el Municipio?

|            |       |        |          |                |
|------------|-------|--------|----------|----------------|
| Televisión | Radio | Prensa | Internet | Se lo contaron |
|            |       |        |          |                |



16. ¿Mediante qué medios le gustaría informarse de todas las actividades que realiza el Municipio?

| Televisión | Radio | Prensa | Internet<br>Redes Sociales/<br>Páginas Web | Publicidad en la<br>calle | Hojas volantes |
|------------|-------|--------|--|---------------------------|----------------|
|            |       |        |  |                           |                |

17. ¿Sabía usted que existe un periódico Municipal, que es gratuito para la ciudadanía en donde se puede informar acerca de todas las actividades que realiza la Municipalidad?

| SI | NO |
|----|----|
|    |    |

18. ¿Cuál es su percepción acerca de la imagen pública del Municipio de Otavalo?

| m. Excelente | n. Muy buena | o. Buena | p. Ni buena<br>ni mala | q. Regular | r. Mala |
|--------------|--------------|----------|------------------------|------------|---------|
|              |              |          |                        |            |         |

19. ¿Cuál es su percepción sobre el trabajo del alcalde durante su periodo de trabajo?

| s. Excelente | t. Muy buena | u. Buena | v. Ni buena<br>ni mala | w. Regular | x. Mala |
|--------------|--------------|----------|------------------------|------------|---------|
|              |              |          |                        |            |         |

20. La atención de servicio al cliente o a la ciudadanía que brinda la Municipalidad para usted es:

| f. Excelente | g. Muy buena | h. Buena | i. Regular | j. Mala |
|--------------|--------------|----------|------------|---------|
|              |              |          |            |         |

21. ¿Usted conoce el proceso necesario para la realización de trámites en el Municipio?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|    |    |

22. ¿Conoce las actividades que realizan las Direcciones Departamentales de la Municipalidad?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|    |    |

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 2

### Filosofía corporativa



Más información, síguenos en: [f /Municipio de Otavalo](#) [t @GADOtavalo](#) [i /gadotavalo](#)

**ALCALDÍA**  
**TAVALO**  
ADMINISTRACIÓN  
2014 - 2019

**Ubicación.-** este material gráfico será colocado en las zonas estratégicas de la Municipalidad como: carteleras, oficinas, ventanillas de servicios y otros espacios, facilitando la lectura y visualización a los usuarios.

### **Anexo 3**

#### **Saludo del alcalde – inicio de semana**

Es para mí un verdadero placer poderlos saludar en esta nueva semana de labores a todos los que formamos parte de esta gran familia municipal, les recuerdo que cada uno de ustedes forman parte fundamental para esta institución que trabaja en beneficio y desarrollo de nuestro querido cantón Otavalo, les deseo una semana llena de logros y muchos éxitos tanto en lo personal como en lo profesional, es un cordial saludo de su buen amigo...

Gustavo Pareja Cisneros.

### **Anexo 4**

#### **Palabras del alcalde – culminación de semana de labores**

Una semana más culminada, les recuerdo que el trabajo en equipo es el pilar fundamental de esta administración municipal, y hasta ahora lo hemos hecho bastante bien, su buen amigo Gustavo Pareja, les desea un fin de semana llena de amor y calidez de familia.

## Anexo 5 – 6

## Croquis Municipio de Otavalo



**Ubicación.-** el mismo que será ubicado en la planta baja de la Municipalidad.





## Anexo 7

## Modelo de afiche



  
 GOBIERNO AUTÓNOMO  
 DESCENTRALIZADO MUNICIPAL  
 DEL CANTÓN OTAVALO

*“El vínculo que te une a una verdadera familia no es de sangre, sino de respeto y alegría por la vida de otro.”*  
**Richard Bach**

*Junio*  
*Mes de la familia*

- Otavaleño/ña, se parte de divertidas actividades recreativas, concursos y muchas sorpresas dedicadas a todas las familias de esta hermosa ciudad.
- Es una calurosa invitación de la Municipalidad de Otavalo
- Acércate a la Dirección de Gestión Social Intercultural y solicita tu agenda de actividades completamente gratuita

**Tu buen amigo, Gustavo Pareja**

Más información, síguenos en: [f /Municipio de Otavalo](https://www.facebook.com/Municipio-de-Otavalo) [@GADOTavalo](https://www.instagram.com/GADOTavalo) [/gadotavalo](https://www.instagram.com/gadotavalo)

ALCALDÍA  
 OTAVALO  
 ADMINISTRACIÓN  
 2014 - 2019

Este material será entregado a la ciudadanía otavaleña para que sea parte de estas actividades recreacionales.



## Anexo 8

### Modelo díptico



Material que será entregado a la ciudadanía otavaleña y a las diferentes instituciones educativas para que sean parte de estas actividades educativas.



## Anexo 9

### Modelo de tríptico



Material que será entregado a la ciudadanía en general y a las diferentes delegaciones que participen ese día en el desfile Cívico Militar de esta ciudad.

## Anexo 10

### Modelo de invitaciones




El Municipio de Otavalo, realiza la más cordial invitación a las diferentes instituciones educativa a ser parte de la casa abierta que se realizará en homenaje a este día internacional del cuidado del agua.



**Tu buen amigo, Gustavo Pareja**

 /Municipio de Otavalo

 @GADOtavalo

 /gadotavalo

**ALCALDÍA**  
**OTAVALO**  
ADMINISTRACIÓN  
2004 - 2009

Estas invitaciones serán entregadas de manera personal a instituciones públicas y privadas a los diferentes eventos que la Municipalidad organice.

## Anexo 11

### Material promocional – souvenirs



Este material promocional será entregado en los diferentes eventos que realice la Municipalidad y de la misma manera para promocionar al cantón Otavalo.

## Anexo 12

## Material para redes sociales

Te gusta ▾ | Siguiendo ▾ | Compartir | ...

**Gustavo Pareja Cisneros**  
14 de mayo a las 8:10 · 🌐 · 🌐

Hoy celebramos el #DíaDeLaMadre y extendo un saludo a todas las madres #otavaleñas que con su lucha y labor de #madre hacen de sus hijos mejores hombres y personas de bien para nuestra sociedad. Un caluroso abrazo de mi parte a aquellas #Madres en su día.

*Feliz día Mamá*

**Gustavo Pareja Cisneros**  
@GustavoParejaCisneros

- Inicio
- Información
- Publicaciones
- Videos
- Fotos
- Me gusta
- Twitter

Político

**Gobernación de M...**  
Organización gubernamental | Me gusta

**Apoyo a Janet Hin...**  
Periodista | Me gusta

Páginas que le gustan a esta página

**María Gabriela J.** | Te gusta ▾

**Municipio de Ot...** | Te gusta ▾

**Otavalov.travel** | Te gusta ▾

Inicio | Notificaciones | Mensajes | Buscar en Twitter

**Redactar un nuevo Tweet** ✕

Queridos ciudadanos, este martes damos inicio a las audiencias ciudadanas, sean tod@s bienvenidos a este ¡Su Municipio!

21 | **Twitter**

**Gustavo Pareja C.**  
@pareja\_gustavo · TE SIGUE

Se unió en febrero de 2015

A quién seguir

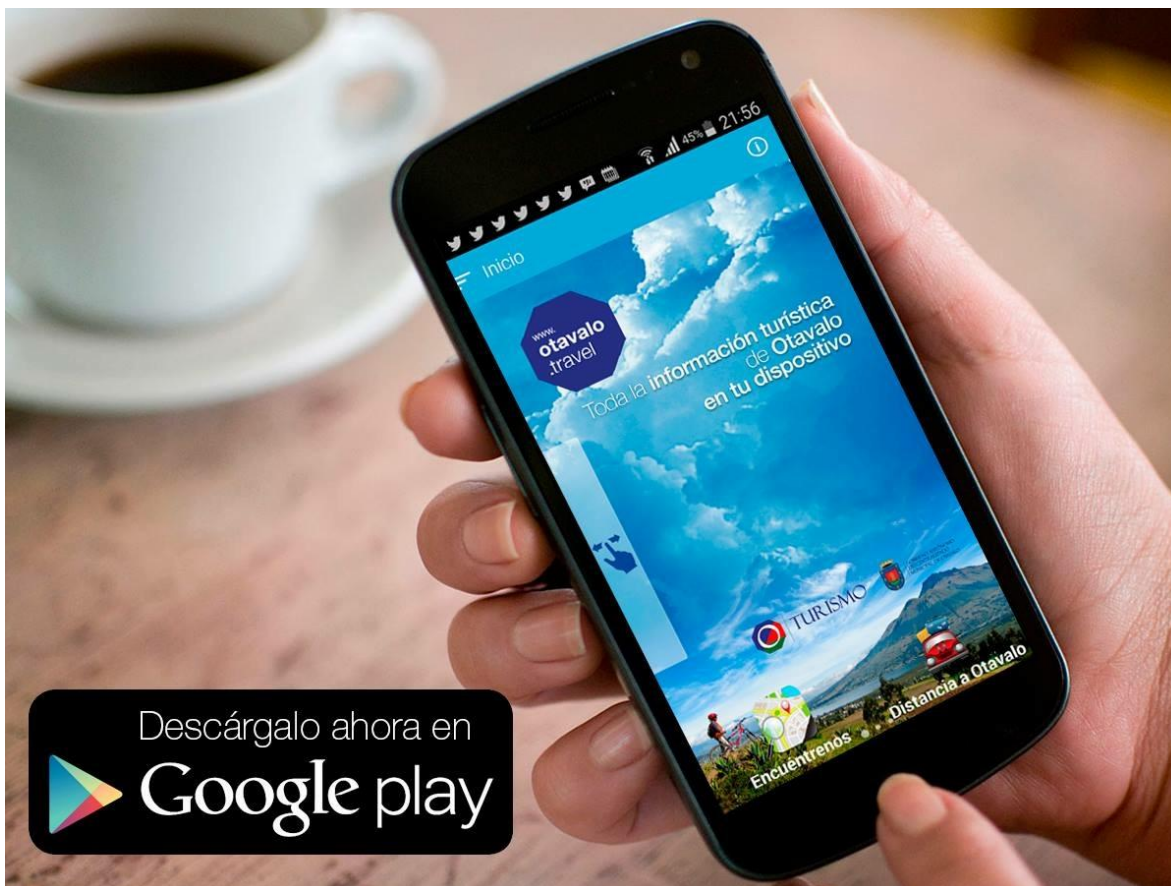
**Danilo Moreno** @danilom  
Seguido por Danilo S. Huamani y más

**Ganna Bolko** @GannaBo



## Anexo 13

### Aplicación Otavalo. Travel



Descárgalo ahora en  
**Google play**

Ahora ya puedes tener  
**toda la información turística**  
de **#Otavalo** en tu **dispositivo móvil ANDROID**

\* muy pronto disponible en tu iPhone

Aplicación que será utilizada una vez que los diferentes sitios turísticos lo aprueben y lo pongan en práctica.