

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS DEL TEMA

-JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo parte de la diversidad de acciones, los mismos que pueden estar conformados por la organización de eventos o actividades, o en la participación de otras empresas instituciones; de doble vía, que conduzca a proyectar o difundir. Eventos o actividades: culturales, deportivas, seminarios, congresos, conferencias, labores sociales, obras de beneficios, y proyectos de ayuda social.

Estas acciones que se realizan a través de las Relaciones Publicas, pueden también consistir en la comunicación o en el envío de información relacionada con la Municipalidad y con los eventos o actividades que organiza o donde participa.

Ejemplo de esta información que define esta importancia puede ser el prestigio que posee la empresa, la calidad o servicio que ofrece los beneficios que implica trabajar en la empresa el buen ambiente laboral que posee, las actividades importantes que ha realizado esta por realizar.

El uso de las relaciones públicas en una empresa institucional, consiste en un evento empresarial y en su promoción o a través de diferentes medios, considerando que las

instituciones públicas y privadas dedicadas a ofrecer bienes y servicios de cualquier rama, se encuentran en una importante etapa de crecimiento y restauración, que generan, que generan una gran demanda de personal especializado.

Por lo tanto las relaciones Públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actividades del público, identifica las políticas y los procedimientos de la organización, ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público. Para lograr que una imagen de la empresa interfiera, a través de los sentidos, en sus respectivos públicos logrando obtener mejores posibilidades de competencia y mejores dividendos.

El sentido de las relaciones públicas e institucionales, radica en la necesidad de tener informa a la opinión pública sobre todos aquellos asuntos de una organización que pueden ser de interés o para publicas específicos en particular.

Esto es, favorecer la comprensión mutua entre las organizaciones y sus públicas, justificado ello en la necesidad de conocer por parte de los públicos las actividades y motivaciones de las organizaciones, contrarrestado esto por la necesidad de las organizaciones de conocer la opinión que se formado de ellas en los diferentes públicos.

-SITUACIÓN POLÉMICA

¿Cómo influyen las relaciones públicas sobre el departamento de Servicios Públicos, Justicia y Vigilancia, en el cumplimiento de las ordenanzas municipales en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta, en el año 2011?

-PREGUNTAS A INVESTIGAR

LA OPINION DE LOS USUARIOS SOBRE LOS SERVICIOS.

1.- ¿Las autoridades resuelven a tiempo las necesidades de su comunidad?

No siempre por que en algunas ocasiones las obras tardan en llegar

2.- ¿Qué debe hacer la población para colaborar con la Municipalidad?

Unirnos al trabajo para identificar las necesidades y problemas que vive la comunidad y sobre todo trabaje en equipo para buscar soluciones de acuerdo a los recursos con los que cuentan.

3.- ¿De qué manera directa o indirecta, se informa sobre la acción Municipal?

A través de la radio, y la Gaceta Municipal.

4.- ¿Conoce de la existencia del departamento de Relaciones Públicas, en la Municipalidad?

Bueno no sabía que existía pero si existe, espero cumpla sus funciones a favor del cantón, para dar a conocer sobre las obras y la administración municipal.

-OBJETIVOS: GENERALES Y ESPECÍFICOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar cómo influyen las relaciones públicas sobre el departamento de Servicios Públicos, Justicia y Vigilancia, para la garantía del cumplimiento de ordenanzas municipales en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.- Estudiar de qué manera inciden las campañas preventivas del departamento de relaciones públicas sobre la persuasión de las comunidades, para el aseguramiento de la calidad de vida por disminución de la contaminación ambiental del Cantón Urdaneta.

2.-Analizar cómo afectan las relaciones interpersonales, las normas y presupuestos sobre el desempeño de las relaciones públicas, para que se disminuya el índice de

ciudadanos sancionados por no acatar las disposiciones municipales en el cantón Urdaneta.

3.- Investigar cómo incide la promoción de las relaciones públicas sobre la comunidad, para que se asegure la participación de esta en un Plan Estratégico de Desarrollo Local en el Cantón Urdaneta.

- ACTITUDES CIENTÍFICAS

VINCULACION CON OTRAS CIENCIAS

1.- Psicología:

Le aporta el conocimiento individual, conductas, motivaciones, necesidades, el “YO”. En las Relaciones Publicas resulta primordial conocer las inclinaciones humanas, como por ejemplo las ideas e una persona acerca de lo agradable o desagradable que, aunque solo sea en la imaginación, crea profundos resentimientos, y por eso al tratar con seres humanos hay que considerarlos en su individualidad y en su conjunto, con sus miedos y son sus ideales, tradiciones, razones y sinrazones.

Motivación, personalidad y conducta son aspectos propios de la psicología que están directamente vinculados con la tarea de las Relaciones Publicas.

2.- Sociología.

Esta ciencia estudia el comportamiento de los seres humanos en sociedad y tiene en cuenta dos hechos básicos:

- a) La conducta de los seres humanos que muestra pautas regulares y recurrentes.
- b) Las personas no son criaturas aisladas, sino que son seres sociales.

El manejo de concepto tales como roles, status, prestigio, estima, grupo de pertenecía y de referencia, dinámica grupal, al igual que la metodología de investigación Social resulta imprescindible en el diseño de cualquier acción de Relaciones Publicas.

3.- Antropología:

Es el estudio del origen, características y desarrollo de los grupos humanos como genero biológico y de las comunidades como creadores de culturas. La Antropología Social está más acotada en el estudio de los sistemas de parentesco, organizacional político, procedimientos legales y ritos religiosos.

Desarrolla reconstrucciones o comparaciones, atendiendo a la descripción y análisis de lo dado a la posibilidad de aplicación de los conocimientos para generar cambios culturales dirigidos a satisfacer necesidades de administraciones o gobiernos.

4.- Psicología Social:

Esta ciencia intenta descubrir la articulación que existe entre el individuo y la sociedad, esto no es tan simple ya que no es posible concebir una sociedad sin personas, ni una persona sin sociedad.

5.- Estadística:

La estadística como técnica se refiere a los métodos que se aplican para recopilar, organizar, resumir, presentar y analizar datos numéricos, modalidades o cualidades relativas a un conjunto de individuos o hechos que se observan a los efectos de describir situaciones y extraer conclusiones basadas a los citados procedimientos.

6.- Semiología:

Es la ciencia que estudia la vida y las de los signos en la vida social.

Se pueden considerar tres dimensiones propias del signo:

a.- La Semiótica: es relación del signo y lo que este denota.

b.- La Sintáctica: es la relación de los signos entre si.

c.- La Pragmática: es la relación entre los signos y aquellos que los utilizan.

-HIPÓTESIS: VARIABLES

HIPÓTESIS GENERAL

Las relaciones públicas sobre el departamento de Servicios Públicos, Justicia y Vigilancia, no garantizan el cumplimiento de ordenanzas municipales en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA.

Las campañas preventivas del departamento de relaciones públicas sobre la persuasión de las comunidades.

no aseguran la calidad de vida por disminución de la contaminación ambiental del Cantón Urdaneta.

2.- Las relaciones interpersonales, las normas y presupuestos sobre el desempeño de las relaciones públicas, no disminuyen el índice de ciudadanos sancionados por no acatar las disposiciones municipales en el cantón Urdaneta.

3.- La promoción de las relaciones públicas sobre la comunidad, no asegura la participación de esta en un Plan Estratégico de Desarrollo Local en el Cantón Urdaneta.

-APLICACIÓN TEÓRICA: DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CATEGORÍAS: Departamento de Relaciones Públicas; Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización; Los medios de Comunicación. Administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta

POBLACIÓN: Cantón Urdaneta.

LUGAR: Municipalidad del Cantón Urdaneta

TEMPORALIDAD: Año 2011

- APLICACIÓN PRÁCTICA: BENEFICIOS

- 1.- Resaltar la calidad de la Administración Municipal, para proyectar una imagen positiva y confiable ante los ciudadanos
- 2.- Definir de forma clara las políticas a implementar creando un estilo de Gobierno propio, cercano a la población y con los principios de la comunidad
- 3.- Orientar a la población sobre el cambio propuesto por el alcalde
- 4.- Mejorar la vinculación entre el alcalde y su pueblo

CAPÍTULO II

Marco teórico

-Antecedentes de Estudio

Las Relaciones Públicas y la Comunicación son aspectos fundamentales para el desarrollo y fortalecimiento de las instituciones, para ello se requiere de un Plan que parta del análisis concreto de la realidad de dichas Instituciones y su interacción con la sociedad y los medios masivos de comunicación, con el objeto de informar y difundir los programas, proyectos, gestiones y actividades realizadas por la Municipalidad de Urdaneta y su Primer Personero. La planificación de esta área nos permitirá tener una mayor y mejor vinculación con las comunidades, con la finalidad de emitir mensajes claros, precisos y concisos que lleven la información de manera adecuada para persuadir y adherir a nuestros criterios a una mayoría de la población. Para ello necesitamos aplicar métodos y estrategias que nos permitan utilizar de manera eficiente los medios masivos tradicionales de comunicación (diarios, radio y televisión), publicidad gráfica e Internet, además de los medios de Comunicación alternativos (periódico mural, hojas volantes, dípticos, trípticos) de tal forma que se conviertan en instrumentos muy poderosos de persuasión e interacción con las Comunidades, Organizaciones Sociales y Populares, sumándolos a nuestro proyecto de cambio.

La experiencia más evidente de la utilización estratégica de los Medios de Comunicación y propaganda es la ejecutada por el Gobierno Nacional que le permite mantener altos niveles de aceptación, popularidad e influencia en muchos sectores sociales, por ello creemos conveniente tomar algunas de estas experiencias adaptándolas a nuestra realidad y creatividad para generar una línea de acción que nos permita forjar una identidad institucional con la población y afirmar el proyecto de cambio impulsado por nuestro Alcalde.

-Fundamentación Teórica

DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS

LAS RELACIONES PÚBLICAS

¿QUE SON Y PARA QUE SIRVEN LAS RELACIONES PUBLICAS?

Las Relaciones Publicas son un conjunto de acciones de comunicación y estratégicas coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tiene como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y futuras.

La disciplina es la encargada de gestionar la comunicación entre una organización y el público clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva que se lleva a cabo de modos estratégicos.

IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Actualmente existe una creciente similitud de productos y servicios debido a que el mercado es cada vez más amplio. Frente a esto la publicidad ya no basta porque ha perdido credibilidad y se hace sumamente necesario encontrar una herramienta que permita diferenciarse a las empresas. Aquí entran en juego las relaciones públicas como disciplina que, mediante una gestión estratégica, logran diferenciar a la organización de sus competidores.

LAS FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS CONSTITUCIONALES.

- . **Gestión de las comunicaciones internas:** Es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que estos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- . **Gestión de las comunicaciones externas:** toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales o medio de comunicación.

. **Funciones Humanitarias:** Resultado que fundamental que la formación que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.

. **Análisis y comprensión de la opinión pública:** Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario manipular la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.

. **Trabajo conjunto con otra disciplina y áreas:** El trabajo de toda relación pública debe tener una sólida base humana con formación de psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas:

. Promover, Programar y solicitar del Alcalde, unidades municipales la información para la prensa, con ella, fomenta actividades culturales y mantener actualizados álbumes fotográficos, biografía de los ejecutivos de la Organización y de las Autoridades Nacionales, Regionales, Provinciales, Municipales y otras acciones tendientes a mantener actualizada una base de datos con representantes y dirigentes de la organizaciones sociales existente en la comuna.

. Evaluar en cantidad y cualidad la información sobre la Municipalidad aparece en los medios: así como un archivo sobre el tema.

.Relaciones con la comunidad y con sus líderes. Organizar y promover la participación Ciudadana en el sistema Municipal, así como la colaboración con los diferentes programas de beneficio a los ciudadanos del Cantón. Planificación y desarrollo encuestas de opinión pública.

POLITICA CULTURAL Y RELACIONES PÚBLICAS, SEMEJENZAS Y DIFERENCIAS COMPLEMENTARIAS

.La política en relaciones públicas, favorece la integración y el desarrollo social interno y externo de la organización.

Regida por la satisfacción de los intereses legítimos, tanto de la organización de su comunidad.

Es el procedimiento y metodología con que se implementa un conjunto de acciones de comunicación estratégicas.

Las Relaciones Publicas interpretan técnicas de negociación, marketing, publicidad para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social.

La Política empresarial es una de las vías para hacer operativas la estrategia.

Suponen un compromiso de la empresa, al desplegar a través de los niveles jerárquicos de la institución, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

Cuando tenemos la calidad como uno de los objetivos de estrategias, la política de la calidad anima a los directivos funcionales a incorporar la orientación de los ciudadanos en la situación de cada unidad organizativa.

La política de la calidad debe ser muy simple y fácilmente comprensible para que sea comunicable y entendida sin dificultad.

PRESENCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS MUNICIPALES.

SU RAZON DE SER EN LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.

Dentro de la organización. A los efectos de la creación del “ grupo empresa” ,cada una de las área o departamento de la entidad deberán reunir a sus integrantes periódicamente ,bajo la dirección correspondiente jefe , quien deberá organizar, promover y dirigir la realización de tres tipo de comunicación :

En primer lugar, hablara el superior dando la indicación, ordenes, comunicación de nuevas metas correcciones, etc.

La segunda etapa de la reunión, es la cual el jefe estimula a sus subordinados para que hagan sugerencias sobre el mejor modo de llevar a cabo el trabajo a cargo del área o sección.

La tercera etapa consiste en que los presentes coordinen sus trabajos y actividades con el propósito de evitar que, por falta de comunicación adecuada, se produzcan desentendimientos y fricciones entre los diversos sectores de la organización.

Beneficios aportados por el grupo empresa: innumerables son los beneficios por la implementación de un sistema tendiente a la formación del grupo empresa para cualquier organización. Eleva el rendimiento y la productividad del trabajo, dado que este se sienta participe e involucrado en las decisiones adoptadas, pues ha participado en la elaboración de las mismas.

- a) Se producen una sensible disminución de los costos, debido a la eficiencia con que los recursos humanos cumplen sus respectivas labores.
- b) Se logra capacidad permanente del personal, tanto de los jefes como de los subordinados. En las reuniones periódicas, por medio de las enseñanzas e indicaciones que los superiores hacen a sus subordinados.

En lo referente a la estructura, tanto las consultoras externas, como los departamentos internos, cuentan generalmente con un equipo interdisciplinario, conformado con especialistas en relaciones públicas, periodismo, marketing, publicidad y ocasionalmente abogado.

UBICACIÓN Y FUNCION SEGÚN EL ORGANICO FUNCIONAL.

El jefe de relaciones públicas es un intermediario que trata con ideas y que se ocupa de la comunicación informal. Tanto descendente como ascendente.

A diferencia a otros departamentos estos están en contacto con todos los departamentos y saben algo sobre las personas.

El trabajo de relaciones públicas circula a través de toda la organización y entrecruza los límites de autoridad.

Para los especialistas de relaciones públicas es muy importante entender cuál es su lugar en la organización.

Se supone que el departamento de relaciones públicas es, sobre todo, experto en comunicaciones. El director de relaciones públicas puede ofrecer sugerencias en conexión con políticas de la compañía pero solo el gerente del personal o sus supervisores tienen poder de decisión.

La necesidad de adecuación y entendimiento es una de las principales razones.

Por qué las relaciones públicas deberán ser una función de alta jerarquía al nivel de departamento de operaciones.

LA IMPORTANCIA SEGÚN LA OPINIÓN DE LOS DIRECTIVOS DEPARTAMENTALES.

Es importante para conocer sobre la participación de todos los Urdanetences, Autoridades, Empleados, Trabajadores y comunidad y proveyéndoles información y asesoría, además ofreciéndoles opciones que den respuestas a los diferentes problemas que con frecuencias se presentan en el desarrollo de sus actividades: Sesiones de concejo, una vez por semana, conocer las diferentes necesidades del

cantón , sus parroquias y recintos .Sirviendo estas de base para la toma de decisiones adecuadas , en la atención a las organizaciones solicitantes.

LAS RELACIONES PÚBLICAS INSTITUCIONALES DE ACUERDO A LOS OBJETIVOS MUNICIPALES.

Los avances científicos y tecnológicos y tecnológicos puestos al servicio de los Relacionistas Públicos dentro del sistema comunicacional en el aspecto social, organizacional, institucional, empresarial y comunicatorio.

a) Las Relaciones Publicas se convierten en una de las palancas más poderosas para impulsar el desarrollo pleno de una comunidad, como la nuestra, plagada de potencialidades, en todas las áreas de producción y el desarrollo de todos sus integrantes.

b) Se comunicara con los diversos públicos para transmitir una imagen fiel y exacta del organismo, establecer un entendimiento mutuo y hacer conocer sus valores como fuente de trabajo, su aporte a la economía local, regional y nacional realzando su prestigio en cuanto a su contribución con la comunidad.

2.- Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización;

En el marco del proceso de descentralización y autonomía el legislador ha producido cambios significativos en la estructura del régimen seccional autónomo al incorporar, en la base de la estructura político-administrativa del Estado, a los gobiernos seccionales autónomos.

Los Gobiernos locales autónomos descentralizados existentes en cada uno de los cantones, se han visto limitados en su accionar por la falta de una cultura de cumplimiento de la ley, que las respalde. Sus habitantes deberían contar no cuentan con servicios básicos y otros servicios de mucha importancia que sirven para el desarrollo económico, y productivo de este sector agrícola del Ecuador, tales como:

- 1.- Falta de Agua Potable
- 2.- Falta Alcantarillado
- 3.- Falta Centros de Salud
- 4.- Falta Centros Educativos
- 5.- Falta Caminos Vecinales
- 6.- Falta de Viviendas

7.- Falta de Créditos para fomentar la agricultura

Los efectos de las políticas de ajuste estructural aplicadas, en el marco de los procesos de constitución del neoliberalismo en el país, son devastadores.

La sociedad y la economía ecuatoriana paulatinamente se han deteriorado y con ello se han debilitado las condiciones de vida física y material de las personas, haciéndolas más precarias. El recorte permanente del presupuesto general del Estado para la inversión social ha repercutido dramáticamente en las economías populares, y especialmente, en las áreas urbanas marginales y rurales.

En efecto, no sólo han sido golpeados, el empleo, los ingresos, la alimentación, la salud, la educación de manera directa. También indirectamente, a través de la reducción de los recursos asignados para la obra civil, para la obra física en el ámbito de ampliación de la cobertura de servicios básicos de infraestructura física, sanitaria y educativa.

Con la implementación del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización, se podrá exigir que se garantice la autonomía plena del Municipio del Cantón Urdaneta; los que a su vez funcionaran como sistema único y articulado del Estado, al servicio de las personas, del respeto a los derechos humanos y a la promoción del bienestar de los pueblos.

Teniendo como fundamento la más amplia participación ciudadana, su principal misión será superar la pobreza rural para lo cual asumirán las siguientes competencias.

- Promoción de la producción local y su integración a los mercados.
- Manejo de los recursos
- Promoción de empleo
- Generación de ingresos
- Acceso a crédito productivo
- Conservación del ambiente y la biodiversidad
- Ejecución de acciones y proyectos

Esto permitirá a la población de estas parroquias acceder a condiciones favorables de vida y de desarrollo y a mejorar los servicios de educación, salud, vialidad y vivienda. Pero hay que acotar que las entidades sean públicas o privadas, grandes o pequeñas, tiende a presentar estos vicios en su gestión.

- Falta de visión y de objetivos definidos y difundidos
- Centralización de decisiones y actividades
- Descoordinación entre dependencias y dentro de ellas
- Poca coordinación con otras entidades vinculadas al desarrollo

- Desaprovechamiento de recursos.

Con la implementación del COOTAD, los gobiernos locales enfrentan el reto de cumplir con sus funciones de liderazgo local, sin convertirse en entidades burocráticas, distantes, ausentes, para ello deben de contar mucho con la participación de la comunidad, y en la asociación con otras entidades para ejecutar su acción.

Con una planificación participativa e innovadora, deben estar dispuestos a ser flexibles en su organización y en sus reglas, así el aparato se adecuara a los objetivos y no a la formalidad, pero dentro de los límites que establecen las normas legales vigentes como son la:

- ✓ Constitución
- ✓ Código de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD)
- ✓ Ley de Régimen Provincial
- ✓ Ley Orgánica del Régimen Municipal

Deben de establecer estrategias imaginativas e innovadoras que les permitan desarrollar una capacidad para generar y administrar planes, iniciativas, proyectos locales y recursos. De forma eficaz y equitativa; transparente y participativa , además que ahora la Constitución y el Código Orgánico de

Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización, les permiten recibir y administrar fondos, que para ello deben tener una organización que les permitan utilizar adecuada, oportuna y eficientemente los recursos que van a obtener. Tienen la obligación ineludible de convocar e involucrar a todos los actores sociales locales, para que se comprometan con el desarrollo integral de estos pueblos.

3.- Los medios de Comunicación.

Prensa escrita

Se elaborarán informativos, periódicos, boletines, hojas volantes, dípticos y periódicos murales.

Se utilizará un lenguaje y mensaje sencillo, asimilable con textos cortos con un contenido de datos de la realidad del sector y razones para la ejecución de obras.

- **Gigantografías y adhesivos.**

Las Gigantografías se trabajarán con imágenes que muestren el antes y después de la ejecución de las obras. Se utilizarán imágenes del Alcalde trabajando en los sectores. Los slogans “súmate al cambio”, “cada obra es progreso” y “Urdaneta Renace... Eloy lo Hace”.

Los adhesivos se elaborarán de acuerdo a la necesidad de cada departamento y se ubicarán en las viviendas de los sectores beneficiados con la obra.

Fotografía

Se elaborará un archivo de fotografías con sus fechas respectivas y actividades ejecutadas por cada departamento, además de gestiones realizadas por el Alcalde; las mismas que serán utilizadas para los medios con los que se mantenga un contrato laboral o según cuando amerite la situación.

- **Radio**

Cada obra, gestión, convenios y actividades de deberán tener una gran connotación en la población. Se plantea difundir la ubicación de la primera piedra, inspección e inauguración de obras y demás actividades importantes, con salidas en vivo. El programa radial deberá tener un lenguaje sencillo, claro y persuasivo que fortalezca la imagen institucional y las organizaciones sociales que interactúan con la municipalidad.

- **Video**

Tendrán una duración no mayor de diez minutos, se usará un lenguaje sencillo y razonable utilizando el antes y después. Se elaborará un “collage” informativo para ser utilizaos en la sala de espera y en asambleas populares.

- **Página Web, blogs, Facebook**

Deberán ser sencillas y de fácil acceso, con textos cortos y legibles, buena calidad de fotografías y videos de inauguración de obras, firma de convenios, gestiones y actividades del primer personero. El tiempo estimado será no mayor a dos minutos.

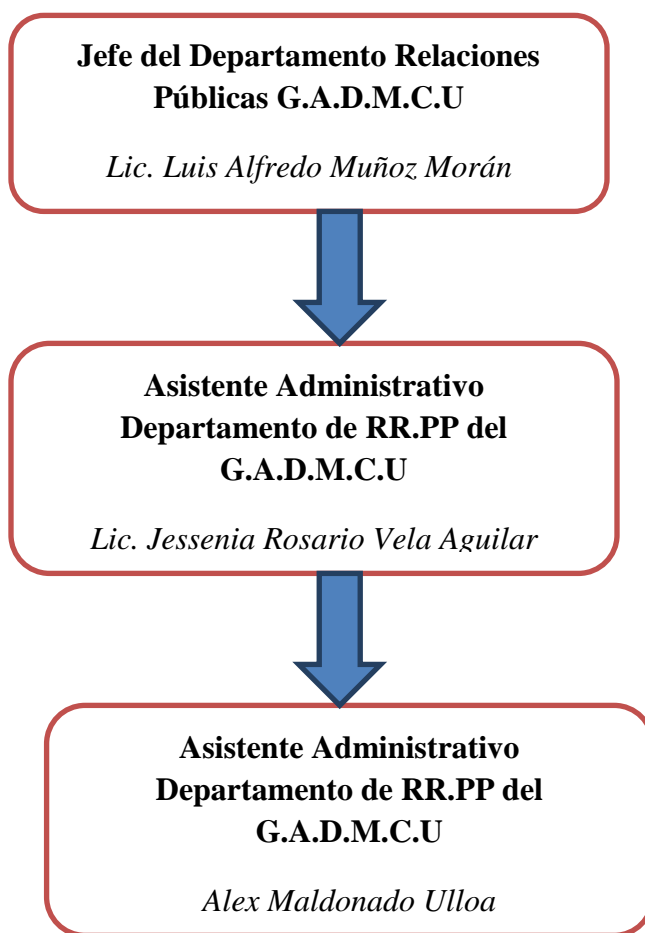
- **Agenda de trabajo y de medios**

Todas las semanas se elaborará la agenda de trabajo con la finalidad de cubrir las diferentes actividades de los Departamentos Municipales y del Alcalde para ser remitidos a todos los medios de comunicación de la Provincia.

Se recomienda a los departamentos respectivos tratar de solucionar lo más pronto posibles problemas que aquejan a la población, así como también culminar los trabajos que se inician.

4.- Administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón
Urdaneta

**ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE
RELACIONES PÚBLICAS**



HISTORIA DE LA INSTITUCION

En el mes de Julio del año 1875, Catarama fue elevada a la categoría de parroquia Civil, la idea de Cantonización de Catarama germinada latente en el corazón de este pueblo mucho antes de formarse en el comité Pro Cantonización. En la Sesión del Congreso del 27 de septiembre de 1913 se aprobó el Proyecto de la Cantonización de las Parroquias de Catarama y Ricaurte.- El 6 de octubre del año 1913 el Congreso de la República del Ecuador expide el Decreto de Creación del Cantón Urdaneta, el mismo que realizo su **Sesión Inaugural y por ende de la Primer Acta, el 20 de diciembre del año 1913, a las 2 de la tarde.** En esta Sesión se designó como Primer Presidente A don Manuel José Burgos Cerro, luego fue elegido el secretario, tesorero, sindico, recayendo estas dignidades en los señores Félix Guerra, Dr. Miguel Rodríguez y Sr. Alberto Miranda, quedando así constituido el Primer Concejal del Cantón Urdaneta. **Las Primeras Ordenanzas** aprobadas por el nuevo Consejo Cantonal fueron las siguientes: Anclaje, Aseo de calles, Alumbrado público, Agua ardiente, Introducción de aguadores, Balsas, Establecimientos y Conservación de beneficios de ganado, Comerciantes ambulantes, contabilidad Municipal, Cuadrilla Municipal, Casas de Jugos, Comedores públicos, Caminos vecinales, Espectáculos de gallos Introducción de mercaderías, Matriculas por ornatos, Terrenos, ocupación de la vía pública, Presupuesto, Plaza de mercado, Puente flotante, Rastro,

Reglamento del médico municipal, Reglamento de asistencia pública, Reglamento de asistencia de la clase obrera, Sanidad, Impuesto para atenderla.

MISIÓN INSTITUCIONAL

Somos una institución comprometida con el cambio, preocupada por la calidad, transparencia, eficiencia y solidaridad de sus acciones; administrada por un personal capacitado y totalmente motivado, en donde la filosofía de servicio, responsabilidad y honestidad es el referente de la gestión municipal; orientada a proporcionar excelentes servicios y a promover el desarrollo económico y social local, a través de procesos participativos y equitativos que optimizan el talento humano de la comunidad, los recursos tecnológicos, económicos y físicos; y garante del manejo sustentable y sostenible de sus recursos naturales, asegurando un ambiente saludable y elevando la calidad de vida de sus habitantes.

VISIÓN INSTITUCIONAL

Para el año 2014, el Gobierno Municipal del Cantón Urdaneta, será reconocido como una institución de servicio, organizada y facilitadora del desarrollo social, económico, ambiental y turístico local, con una infraestructura física, tecnología y orgánica adecuada, en donde la población goce de obras de carácter vial, de un sistema de servicios básicos de calidad, de una eficiente cobertura de servicios de salud y

educación; y de actividades turísticas y de reactivación productivas en pleno desarrollo, con políticas que fomenten la protección del medio ambiente, la activa participación de la comunidad y la sostenibilidad y sustentabilidad de los recursos naturales.

VALORES INSTITUCIONALES

Calidad

Trasparencia

Eficiencia

Eficacia

Solidaridad

Seriedad

Honradez

Solvencia

Equidad

Responsabilidad

Respeto

Sencillez

Identidad

Participación

Planificación

-Fundamentación Filosófica

La lucha por la reivindicación de identidades étnico-territorial-cultural, en los últimos tiempos ha logrado niveles de respeto en la sociedad, cada vez es más frecuente la presencia de ciudadanos sencillos en las esferas de los gobiernos de turno, sin embargo la pobreza continúa azotando con dureza especialmente a las regiones urbanas marginales y rurales. Por lo que es imperioso que sus habitantes, adquieran conocimientos básicos en organización comunitaria y prácticas de cogestión participativa, de manera que se posibilite la formación de pequeños escenarios democráticos en donde se discutan los asuntos de interés colectivo entre los miembros de la comunidad y los gobiernos seccionales, en pro de aprovechar los recursos existentes con justicia y solidaridad, para el desarrollo de los pueblos.

La filosofía de la “revolución ciudadana”, es la de mejorar la calidad de vida de los habitantes es el mandato constitucional para los gobernantes, lo cual es posible lograr construyendo sociedades democráticas, solidarias y responsables. En estos tiempos de globalización y revalorización de las condiciones humanas, los gobiernos seccionales han sido de alguna forma los protagonistas de la democratización de sus pueblos. Se están superando viejas prácticas del fundamentalismo, para optar por la

gestión participativa comunitaria, en donde los habitantes son los co-gestores de los planes y proyectos para su desarrollo.

La visión actual de los Gobiernos Locales: Concejos Provinciales, Municipios Y Juntas Parroquiales, a más de dotar a sus comunidades de los servicios básicos como: Vialidad, agua potable, alcantarillado, aseo de calles, salud, educación y cultura; deben también preocuparse de fomentar el desarrollo económico sustentable e integral de sus comunidades, a través de garantizar el trabajo, la agricultura, la artesanía, la industria, la inversión, el turismo, la seguridad, etc., lo cual permitirá mejorar la productividad y la calidad de vida de los habitantes.

-Fundamentación legal

1.- DEL PERIODISTA

En la constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Comunicación: capítulo I Objeto y ámbito de la ley; Capítulo II definición que en el artículo 1, 3, 6 nos dice:

OBJETO Y ÁMBITO DE LA LEY

Artículo 1. Objeto y ámbito de la Ley.-

Esta Ley garantiza el ejercicio y la plena vigencia de los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública y a las tecnologías de información y comunicación (TIC), reconocidos en la Constitución de la República y en los instrumentos internacionales vigentes en el Ecuador.

Tiene por objeto la aplicación efectiva y universal de los derechos de la persona humana, individual y colectivamente consideradas, a la libertad de pensamiento y de creencia; a la libertad de expresión de las ideas; a la libertad de dar, producir, difundir y recibir información; y al derecho a la comunicación, que, subsumiendo las libertades y derechos antes mencionados, exija del Estado el acceso equitativo y aprovechamiento universal de la dinámica y el potencial de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Es aplicable a todos los actores que hacen parte del proceso de comunicación, personas naturales y jurídicas, en el ámbito privado, público y comunitario. La Ley regula igualmente el sistema de comunicación social y las políticas de comunicación del Estado adecuando todas sus disposiciones a la protección de

los derechos de comunicación y otros derechos humanos que dependen directamente de los mismos.

Tiene el carácter de ley orgánica y desarrolla los derechos fundamentales de la comunicación consagrados en la Constitución Política y en varios instrumentos internacionales de derechos humanos.

La aplicación de la presente ley y el ejercicio de los derechos de comunicación se hará con estricta sujeción a los principios constitucionales pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta. Por tanto se reconoce expresamente que los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado que reconozcan derechos más favorables a los contenidos en la Constitución, prevalecerán sobre cualquier otra norma jurídica nacional o acto del poder público.

DEFINICIONES

Artículo 3. Comunicación.- Comunicación es el proceso social de búsqueda, producción, recepción, intercambio y difusión de información u opinión, de cualquier índole que se trate, en cualquier forma que se lo haga, incluyendo a través del uso de medios de comunicación, prensa, formas artísticas, herramientas tecnológicas e internet. El proceso de comunicación incluye todas las acciones y manifestaciones dirigidas a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir

información, opinión, mensajes, textos o expresiones en general, en cualquier forma que se lo haga, inclusive a través del uso de tecnología de cualquier índole o de formas artísticas.

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

Artículo 16. Principios de aplicación de los derechos de comunicación.-

Como parte del sistema de derechos humanos la vigencia y protección de los derechos de comunicación se regirán por los mismos principios de aplicación de derechos humanos establecidos en la Constitución y los instrumentos internacionales vigentes en el Ecuador. Los tratados internacionales vigentes que reconozcan derechos y garantías de comunicación más favorables a los contenidos en la Constitución, prevalecerán por sobre cualquier otra norma jurídica o acto del poder público, conforme lo determina el **artículo 424** de la Constitución de la República.

DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEL EJERCICIO PROFESIONAL DECOMUNICADORES Y PERIODISTAS

Artículo 43. Clarificación, réplica y respuesta sobre información difundida.-

De conformidad con lo dispuesto en el **Art. 66, numeral 7** de la Constitución, toda

persona natural o jurídica agraviada por la difusión de información sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación, tiene derecho a la rectificación, réplica o respuesta inmediata, obligatoria y gratuita.

Igualmente la persona que haya sido aludida en un medio de comunicación, a su juicio, de manera poco clara imprecisa o equivocada, tiene el derecho a que, en igual espacio y horario, el medio clarifique o corrija dicha información o a que recoja su versión de los hechos de forma inmediata y gratuita.

Artículo 44. Derechos del ejercicio periodístico y de comunicación.-

Los periodistas y comunicadores, en goce de los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública, tienen derecho a investigar sin restricciones, difundir libremente hechos de interés público y a emitir sus juicios y opiniones sobre los mismos. Este derecho y sus garantías se extienden a la reserva de sus fuentes, apuntes y archivos, y a la difusión de informaciones disponibles en fuentes informativas extranjeras.

Los periodistas y trabajadores de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, que lo hacen en condición de dependencia laboral, tienen derecho a mantener sus opiniones políticas, religiosas e ideológicas, y a ejercer la cláusula de conciencia, sin que esto influya en el desarrollo de su trabajo y estabilidad laboral.

Si se encuentran cubriendo situaciones de conflicto armado, los periodistas y comunicadores no perderán su condición de civiles.

Artículo 45. Responsabilidades del ejercicio periodístico y de comunicación.-

La actividad de comunicación y periodística debe regirse por **conductas éticas**, búsqueda plural de las fuentes, buenas prácticas del oficio periodístico, parámetros de verosimilitud de las informaciones, presentación de la diversidad de la realidad cultural y social de país, calidad en su ejercicio profesional, diferenciación entre opiniones e informaciones emitidas; por la autorregulación impuesta por el medio de comunicación correspondiente; y, en general en todos los principios contemplados en la presente ley.

Comunicadores y periodistas no podrán, bajo ninguna circunstancia, incurrir en actos que impliquen intercambio de favores o recibo de donaciones o prebendas, a cambio de la publicación de cierta información. Las acciones en este sentido serán tipificadas como infracción punible por la ley penal.

DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Artículo 66. Alcance del derecho de acceso a las tecnologías de información y comunicación (TIC).- El derecho individual, social y colectivo de acceso a las **tecnologías de la información y comunicación (T I C)** forma parte de los

derecho a la comunicación y compren de tanto el acceso formal y jurídico a las **TIC**, en igualdad de condiciones y oportunidades, como la capacidad material y concreta de aprovecharlas, por la vía de la capacitación tecnológica y el financiamiento concesional.

Artículo 67. Instrumentos para el cumplimiento del derecho de acceso a las TIC.- La política nacional de comunicación, que conste o se efectivice a través de la ejecución de planes operativos, programas y proyectos, deberá generar instrumentos efectivos para la satisfacción del derecho de acceso a las **TIC**.

Estos instrumentos deberán considerar, de manera específica, acciones en diversas áreas para lograr el objetivo de democratizar el acceso a las **TIC**; entre otras, facilitar el acceso físico a la infraestructura de información y comunicación; la reducción de los costos de acceso a las **TIC** para los grupos sociales y comunitarios; el fomento el desarrollo de aplicaciones y programas informáticos en las áreas de satisfacción de los derechos sociales, comunitarios y culturales; la creación de puntos comunitarios y polivalentes de acceso a las **TIC**, en bibliotecas y otros lugares públicos, cercanos al ciudadano, de tal forma que se conviertan en espacio de generación de contenidos, especialmente en los sectores rural y urbano marginales; el establecimiento y la expansión completa de la red de telecomunicaciones; la alfabetización digital, en todos los niveles de educación formal e informal, que contemple metodologías y herramientas para grupos con necesidades especiales; incentivos para la

convergencia tecnológica haciendo posible que una sola red y un solo terminal puedan utilizarse para la prestación de servicios de comunicación, y otras similares.

2.- DEL MUNICIPIO

SEPARATAS OBTENIDAS PARA MUESTRA. JEFE DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS.

“EL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON URDANETA

Requiere la difusión de las normativas que emanan del Concejo Municipal, a fin de que los ciudadanos/as del Cantón conozcan la base legal que los amparan y puedan efectivizar sus actividades, observaciones y reglamentos en un ambiente de seguridad jurídica y participación ciudadana.

El Registro Oficial del país por mandato legal, debe únicamente registrar normativas municipales referentes a aspectos tributarios por lo cual se requiere otro medio de difusión propio, más aun cuando el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización, dispone a los Gobiernos Autónomos Descentralizados la instauración de un espacio oficial, a efecto de publicar sus respectivas normas y a la Asamblea Nacional la creación de un archivo digital y un banco nacional de información al público acceso que contengan las normativas

locales de los gobiernos autónomos descentralizados con fines de información, registro y codificación.

En razón de lo expuesto:

EL CONCEJO MUNICIPAL DEL CANTON URDANETA

CONSIDERANDO:

Que, una de las expresiones fundamentales de la autonomía municipal es la facultad legislativa de los concejos municipales, al tenor de lo dispuesto en el artículo 240 de la Constitución de la Republica;

Que, el artículo 57 literal a) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización establece las atribuciones del Concejo Municipal, entre las cuales consta la del ejercicio de la facultad normativa en las materias de su competencia, mediante la expedición de Ordenanzas Cantonales, Acuerdos y Resoluciones;

Que, conforme establece el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en su artículo 60, el cual determina que le corresponde al Alcalde presentar proyectos de ordenanzas al concejo Municipal en el ámbito de competencias del gobierno autónomo descentralizado municipal;

Que, acorde con lo establecido en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización el artículo 324:“Promulgación y publicación.- El ejecutivo del gobierno autónomo descentralizado publicara todas las normas aprobadas en su gaceta oficial y en el dominio web de la institución; si se tratase de normas de carácter tributario, además las promulgará y remitirá para su publicación en el Registro Oficial”;

Que, el Gobierno Municipal de Urdaneta ha emprendido una serie de acciones encaminadas a lograr el mejoramiento continuo de los servicios públicos y sociales que demanda el cantón para su desarrollo; siendo necesaria y parte fundamental de este objetivo, la codificación de las ordenanzas expedidas por el gobierno municipal, su publicación y difusión para que el ciudadano/a Urdanetense esté en pleno conocimiento de la normativa que rige a nivel cantonal para su aplicación, conocimiento y cumplimiento.

Que, el pleno conocimiento de la normativa cantonal constituye un pilar fundamental para generar seguridad jurídica, como un servicio público para que las actividades civiles, públicas y comerciales que se desarrollan en el cantón, así como los ciudadanos/as e instituciones públicas y privadas se enmarquen en derecho y contribuyan al progreso del Cantón.

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 240 párrafo primero de la Constitución de la República del Ecuador.

En concordancia con el artículo 264 párrafo final de la misma normativa suprema.

EXPIDE LA SIGUIENTE.-

ORDENANZA DE CREACION DE LA GACETA OFICIAL DEL GOBIERNO

AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON URDANETA.

Artículo 1.- De la Creación.- Créase la Gaceta Oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Urdaneta como órgano de difusión de las normas jurídicas del mismo.

Artículo 2.- De Administración de la Gaceta Oficial Municipal.-La redacción, edición y administración de la Gaceta Municipal estará bajo la responsabilidad de la Alcaldía a través de la Secretaria General del Concejo Municipal, la Jefatura de Comunicación Social, Informática y aquellas direcciones y dependencias municipales que determine la Alcaldía.

Artículo 3.- Del financiamiento de la Gaceta Oficial Municipal.-El Gobierno Autónomo Descentralizados Municipal del Cantón Urdaneta, destinará los recursos económicos suficientes para financiar la Gaceta Oficial Municipal, para el efecto se expedirá la correspondiente partida presupuestaria en forma oportuna.

Artículo 4.- De la Resolución de Alcaldía para normar la Gaceta Oficial Municipal.- El concejo Municipal, autoriza a la Alcaldía, la emisión de un Reglamento que norme los siguientes ámbito de la Gaceta Municipal.

1. Direcciones, y dependencias municipales a cargo de redactar , editar, administrar y recaudar los fondos para el financiamiento de la Gaceta Municipal
2. Determinación de las tarifas de publicación de espacios temporales.
3. Diseño y diagramación de la Gaceta Municipal y.-
4. Contenidos adicionales a los establecidos en la presente Ordenanza, que se estimen trascendentales para su difusión en la Gaceta Municipal.

Artículo 5.- De la Periodicidad de la Publicación de la Gaceta Oficial Municipal.-

La Gaceta Oficial se actualizará periódicamente a través de ediciones específicas cuyo mayor o menor volumen no tiene importancia para proceder efectivamente a su publicación; ésta procederá tan pronto exista información necesaria para difundir.

Dicha difusión se hará también a través del portal municipiourdaneta.gob.ec

Artículo 6.- De la Simbología de la Gaceta Oficial.- La Simbología que identifique a

la Gaceta Oficial Municipal, se realizará utilizando numeración arábica, expresando el año y el número de la publicación efectuada Tanto en la portada como en la primera hoja de cada Gaceta Oficial, constará en la forma siguiente, el título:

REPÚBLICA DEL ECUADOR

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON
URDANETA**

GACETA OFICIAL MUNICIPAL

Artículo7.- Del Contenido de la Gaceta Oficial Municipal.-En la Gaceta Oficial Municipal se publicaran obligatoriamente los siguientes contenidos.

- a) Las resoluciones de las sesiones que el Concejo Municipal estime pertinente publicar;
- b) Ordenanzas, Reglamentos y Resoluciones, así como los acuerdos del Concejo que deben publicarse por mandato de ley o de las Ordenanzas.
- c) El estado de ejecución semestral presupuestaria, así como los balances y demás estados financieros presentados al cierre de cada ejercicio fiscal y en las sesiones de instalación del concejo; y,
- d) Cualquier otro instrumento jurídico, aviso o documento que el concejo o la Alcalde o Alcaldesa considere conveniente.
- e) Información al ciudadano que le brinde el conocimiento necesario para todos los tramites que necesita realizar el municipio.

- f) Información correspondiente a las efemérides cívicas del Cantón y Parroquias urbanas y rurales.
- g) Difusión de los temas en campaña de Educación Salud y Medio Ambiente.

Mediante Reglamento, la Alcaldía, normará los demás contenidos de la Gaceta Municipal, con la finalidad de informar a la ciudadanía sobre aspectos jurídicos y trascendentales para el desarrollo del Cantón Urdaneta.

Artículo 8.- De los efectos de la Publicación de la Gaceta Oficial Municipal.-Se entenderán como publicados y en vigencia los instrumentos jurídicos municipales que aparezcan en la Gaceta Oficial Municipal (Ordenanzas, Reglamentos y Resoluciones Municipales), salvo disposición legal en contrario y en consecuencia, las autoridades públicas y los particulares quedan obligados a su cumplimiento y observancia.

Las Ordenanzas municipales sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial, entraran en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Municipal; las ordenanzas tributarias se las remitirán además, al Registro Oficial para su publicación.

Las autoridades municipales y los vecinos del Cantón Urdaneta estarán jurídicamente obligados al estricto cumplimiento de las normas publicadas en la Gaceta Oficial Municipal.

Artículo 9.- Fidelidad de la Publicación.- Las normas jurídicas publicadas en la Gaceta Oficial Municipal serán copia fiel y exacta de sus respectivos originales, bajo la responsabilidad del Secretario del Concejo Municipal.

Cuando exista diferencias entre el texto original y la impresión de una Ordenanza, Reglamento o Resolución, se volverán a publicar con las debidas correcciones en la Gaceta Oficial, indicándose: “Reimpresión por error de copia”, precisándose el error que se corrige. También se podrá publicar una errata precisándose el error que se corrige. También se podrá publicar una errata precisándose el error y el texto correcto.

Artículo 10.- De la Distribución de la Gaceta Oficial Municipal.- La Gaceta Oficial Municipal, se publicará además en el dominio Web de esta entidad municipiourdaneta.gob.ec

La Alcaldía enviará en archivo digital un ejemplar de cada edición de la Gaceta a la Asamblea Nacional, según el trámite dispuesto en el artículo 324 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

Del mismo modo, el Alcalde o Alcaldesa enviará en archivo digital un ejemplar de cada edición de la Gaceta a los Concejales/as en ejercicio, Secretaría General del Concejo, Procuraduría Síndica Municipal y las Direcciones Departamentales Municipales.

Artículo 11.-De las entregas de Ejemplares Gratuitos.-El Concejo Municipal autoriza a la alcaldía a establecer en el Reglamento la distribución gratuita al público mediante:

- a) Ventanillas de recaudación de impuesto y obligaciones
- b) Distribución en los hogares a través de brigadas específicas
- c) En puntos de distribución en el casco urbano y rural como parques, iglesia mercados.
- d) Juntas Parroquiales.

Así mismo la Alcaldía deberá remitir, gratuitamente, un ejemplar de cada edición de la Gaceta Municipal, a los siguientes organismos.

- 1.- Registro Oficial
- 2.- Procuraduría General del Estado
- 3.- Contraloría General del Estado
- 4.- Juntas Parroquiales
- 5.- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas Regional 5
- 6.- Biblioteca Nacional Eugenio Espejo
- 7.- Gobierno Provincial de los Ríos

8.- Otros Organismos que determinará la Alcaldía

Igualmente, la Alcaldía remitirá anualmente, un ejemplar de Gaceta Municipal Contentiva de la Ordenanza de Presupuesto de Ingresos y Gastos Público al Ministerio de Economía y Finanzas y a la Presidencia de la República del Ecuador.

Artículo 12.- De la Reedición.- En caso en que se agotare una edición de la Gaceta Municipal, contentiva de Ordenanza o Reglamento, la Alcaldía o el Concejo, previo informe del funcionario responsable de la Gaceta, ordenara su reedición.

En la reedición de una Gaceta Oficial Municipal no se podrá alterar en forma alguna el texto de la Gaceta agotada excepto por la inclusión de la Palabra REEDICION en el encabezamiento.

DISPOSICIONFINAL

DISPOSICIÓN FINAL.- La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su aprobación y desde su publicación en el primer número de la Gaceta Oficial. Para el efecto la Secretaría General Municipal coordinará su edición y publicación en forma diligente con las Direcciones municipales competentes, en el marco del Derecho Público aplicable. Sin perjuicio de lo anterior también se publicará en el indicado dominio.

**DADO Y FIRMADO EN LA SALA DE SESIONES DEL CONCEJO DEL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON URDANETA, A
LOS 01 DIAS DEL MES DE ABRIL DEL AÑO DOS MIL ONCE”**

-Interrogante de la Investigación

1.- ¿Cree usted que existe un alto índice de habitantes engañados, por ofrecimientos no cumplidos por parte del municipio?

SI () NO ()

2.- ¿Gran cantidad de la información es desconocida por el pueblo, debido a que el departamento de relaciones públicas municipales no alcanza sus metas?

SI () NO ()

3.- ¿Considera usted que la participación de la ciudadanía en las campañas preventivas es deplorable?

SI () NO ()

4.- ¿El alto índice de presencia de roedores en calles, mercados y parques, pone en peligro la calidad de vida de sus habitantes?

SI () NO ()

5.- ¿Muchos desperdicios son arrojados a la calle desde las ventanas, debido a la falta de cultura para la prevención de la contaminación ambiental?

SI () NO ()

6.- ¿Cree usted que una gran cantidad de habitantes tienen pérdida de identidad local?

SI () NO ()

7.- ¿Sabe usted que un alto índice de ciudadanos realizan transgresión de las normas municipales?

SI () NO ()

8.- ¿Cree usted que el alto índice de campañas y programas para las festividades antes que la prevención continua, es debido al desorden en el cumplimiento de las obligaciones del departamento de relaciones públicas municipales?

SI () NO ()

9.- ¿Existe una gran cantidad de actividades con participación de la comunidad a medias, debido a una cultura de desinterés?

SI () NO ()

10.- ¿Alto índice de actividades de desarrollo de la comunidad detenidas, porque el plan estratégico de desarrollo local no responde a sus intereses?

SI () NO ()

-Definición Conceptuales

FACTORES POLITICOS

DEFINICIÓN. Por factores políticos, se entiende el conjunto de las instituciones que regulan la lucha por el poder y el ejercicio del poder y de los valores que animan la vida de tales instituciones.

Las instituciones por un lado constituyen la estructura organizativa del poder político, que selecciona a la clase dirigente y asigna a los diversos individuos comprometidos en la lucha política su papel. Por otro lado las instituciones son normas y procedimientos que garantizan la repetición constante de determinados comportamientos y hacen de tal modo posible el desempeño regular y ordenado de la lucha por el poder y del ejercicio del poder y de las actividades sociales vinculadas a este último.

Naturalmente la estructura del régimen, es decir el modo de organización y de selección de la clase dirigente, condiciona el modo de formación de la voluntad política. En consecuencia el empleo de ciertas instituciones, es decir el empleo de determinados medios para la formación de las decisiones políticas condiciona los fines que pueden ser perseguidos: la elección de un régimen implica ya en términos generales la elección de determinados valores. El nexo entre estructura del régimen

y valores se entiende, sin embargo, en el sentido de que la elección de un régimen implica de por sí límites a la libertad de acción del gobierno y en consecuencia la elección de una política fundamental, cuyas expresiones históricas pueden ser (y de hecho lo son) sensiblemente contrastantes entre sí, si bien orientadas por los mismos principios generales.

LA TIPOLOGÍA DE LOS REGÍMENES POLÍTICOS.

Hasta una época relativamente reciente se hizo uso de una tipología de los factores políticos heredada de Aristóteles, la cual distinguía la monarquía, o bien el gobierno de uno solo, la aristocracia, o bien el gobierno de pocos, la democracia, o bien el gobierno de todos. A cada una de estas formas puras, según Aristóteles, corresponde una forma corrupta: la tiranía, la oligarquía, la demagogia. En las formas puras el gobierno es administrado en interés general, en las corruptas en interés de quien detenta el poder.

El criterio sobre el que se funda esta clasificación (el número de los gobernantes) es totalmente inadecuado para captar en su esencia la variedad de los factores políticos. Aun cuando la investigación de Aristóteles está dirigida constantemente a destacar las condiciones reales de las que dependen las diferencias entre los diversos regímenes y aun cuando los resultados de tal investigación contienen a menudo intuiciones en última instancia de carácter sociológico, el criterio sobre el

que se funda su clasificación de las formas de gobierno no tiene en cuenta el hecho, demostrado por la teoría de la clase política, de que el gobierno siempre es detentado por pocos. En efecto, en el régimen monárquico y en el tiránico nunca es una persona sola quien detenta el poder, sino un grupo. Así, en el régimen democrático que tenga dimensiones más amplias que las de la ciudad-estado, no es el pueblo quien gobierna sino sus representantes.

Montesquieu se aleja de la clasificación tradicional porque funda la distinción entre república, monarquía y despotismo no únicamente en un criterio numérico, sino en la combinación de dos criterios que él define como "naturaleza" y "principio" del gobierno. La naturaleza del gobierno depende del número de detentadores del poder (en la república todo el pueblo o una parte de él detenta el poder, en la monarquía y en el despotismo el poder está en manos de uno solo) y del modo de ejercicio del poder (en la monarquía el soberano gobierna sobre la base de leyes fijas y estables, en el despotismo gobierna sin leyes y sin reglas).

El principio del gobierno es la actitud que anima al pueblo en su existencia concreta. La república se funda en la virtud, la monarquía en el honor, el despotismo en el miedo. De este modo Montesquieu trata de identificar el nexo que subsiste entre los diversos r. políticos y su base social. Justamente a través del camino indicado por Montesquieu, es decir del estudio de las condiciones en las que se desarrolla la vida

política, es posible llegar a elaborar una tipología de los r. políticos con base en factores que influyen de manera decisiva sobre su estructura y funcionamiento.

El enfoque sociológico ha contribuido, en efecto, a fundar sobre una base científica más sólida la clasificación de los r. políticos que durante mucho tiempo extrajo sus criterios principalmente de los aspectos formales de las instituciones políticas.

El límite fundamental de la clasificación aristotélica y de sus variantes todavía hoy difundidas consiste en basar la distinción entre las diversas formas que la lucha por el poder asume sobre la estructura del régimen y no viceversa. En realidad la estructura del régimen no representa un dato último según el cual sea posible explicar el proceso político. El criterio pertinente que permite destacar los caracteres esenciales de los r. políticos e indicar sus tipos fundamentales está representado por la forma de la lucha política. Las diferencias entre los diversos tipos de régimen son imputadas en consecuencia a los diversos modos de conquistar y de mantener el poder, los cuales dependen de las condiciones sociales y políticas de la lucha por el poder. Los cambios en la forma del régimen derivan por lo tanto de un cambio producido en las condiciones internas e internacionales de la lucha política.

FACTORES DE PODER

En un sentido amplio, todas las fuerzas sociales orgánicas politizadas pueden ser consideradas como "factores de poder". En un sentido estricto, ese concepto se usa para referirse al accionar político de: - instituciones estatales no específicamente políticas, como la Administración Pública y las Fuerzas Armadas. - los medios de comunicación social. - la o las Iglesias. Esas instituciones, como fuerzas políticas, tienen en común la característica de que no ejercen presión política esporádicamente sino continuamente; y no sobre determinado orden de cuestiones sino sobre todas las cuestiones; y aunque en algún momento no ejercieran una presión determinada, su presencia y probable reacción es tomada en cuenta por los actores específicamente políticos, aún cuando su accionar las contradiga.

POLITQUERIA

Intervención en política con propósitos turbios. Según el diccionario (DRAE, 1992), "politiquería" se trata de la acción y efecto de politiquear, en nuestro caso entendiendo este verbo en su acepción de "hacer política de intrigas y bajezas". Siendo politiquería una palabra tan manida, pero de la cual no se tiene un concepto muy definido, propongo la siguiente ampliación a la definición arriba citada:

Col. Vocablo utilizado para referirse a cualquier acto impropio realizado por un político, cuando dicho acto es llevado a cabo por un adversario de quien habla.

Ej: No me contagiare de la politiquería de mis opositores.

De acuerdo con esta propuesta, el concepto (que no el ejercicio) de la politiquería solo existe en el contexto del contenido y el acto del discurso populista, o como en el caso de estas líneas, del debate en torno a ese tipo de discurso. De tal manera, la palabra politiquería abarcaría todos los actos perniciosos de cualquier político, pero solo cuando son traídos a colación por otro político durante una arenga, o en una declaración mediática; así, vemos que siempre se hace referencia a la politiquería como un acto de otros, ajeno y reprobable. Para clarificar un poco, veamos algunos ejemplos.

Si el implicado se reúne con algunos gamonales coterráneos para acordar la manera de obtener la mayoría en una corporación y decidir cómo repartirá los puestos, se trata de una "reunión para hacer acuerdos programáticos", pero si quien hace esa misma reunión es su opositor, se dice que es una "manguala", uno de los más tradicionales actos politiqueros.

Si el candidato Fulano es elegido Presidente de la República con un censo electoral inexacto y poco fiable, el nuevo presidente no pone ningún problema, porque "las elecciones reflejaron la voluntad popular". Pero si con ese mismo censo electoral el

referendo que dicho presidente propone resulta rechazado, entonces es una "situación intolerable que no permite conocer la realidad de la votación". Claro, la misma situación ahora sí afecta negativamente sus intereses, y mantenerla sería hacerle el juego a la politiquería.

Cuando en campaña todavía se tiene la esperanza de derrotar al otro candidato presidencial, no se duda ni un instante en referirse a él como "el candidato paramilitar" y a los copartidarios que se van a las filas de este último se les increpa con vehemencia, tildándolos de oportunistas, traidores o vendidos.

Pero, oh sorpresa, cuando ya se perdieron las elecciones contra esa persona, el antiguo rival acérrimo, que estaba totalmente en contra de los planteamientos políticos del ganador, tampoco lo piensa dos veces para aceptar embajadas o representaciones internacionales bajo el mando del otrora "candidato paraco". Si lo hace otro, es politiquería; si lo hago yo, es "dejar de lado las diferencias para buscar el bien del país".

Si durante años las entidades de control han estado encabezadas por personas pertenecientes a uno de los partidos tradicionales y al mismo tiempo su partido detenta las mayorías en el Concejo de Bogotá, esa situación nada tenía de raro.

Si, como ahora, ocurre lo mismo pero con un sector político diferente, entonces salen los que fueron desplazados de esa condición a decir que "la situación actual plantea serias inquietudes acerca de la independencia de los organismos de control".

DEMAGOGIA

La demagogia es una estrategia política que utilizan muchos dirigentes políticos, la cual, principalmente, se caracteriza por la utilización desmedida de halagos, falsas promesas, promoción de ideas radicales, entre otras, para conseguir de esta manera la atención y el voto del pueblo.

Básicamente aquel que hace uso de la demagogia, para promover su programa político, se valdrá de la apelación a las emociones de sus receptores, los odios, deseos inconclusos, odios, sueños, temores, entre otros y serán los principales puntos que se tocarán en el camino de intentar conseguir el sí del pueblo hacia la propuesta que se sostiene, en tanto, serán la retórica y la propaganda, las principales aliadas con las cuales contará el político para transmitir su mensaje, su propuesta.

Por ejemplo, cuando a instancias de una campaña política, un candidato se ocupa preeminentemente de destacar aquellos problemas o conflictos que se desatarán de no escoger su propuesta y optar por la de su rival, con el claro objetivo de disparar el temor entre los ciudadanos, se dice que el mismo está haciendo uso de la demagogia. Asimismo, cuando también en el contexto de una campaña presidencial, uno de los candidatos promete y promete soluciones, las cuales saltan a vista no son tan simples y fáciles de resolver y que requieren de otra atención diferente a la que propone para ser resueltas, estamos ante un clarísimo caso de demagogia popular.

Muchos observadores y analistas políticos, suelen referirse a la demagogia como una degradación de la democracia y sostienen que en un punto es inevitable que en la democracia y como consecuencia de esa necesidad y aspiración por mantenerse en el poder, los políticos echen mano de este tipo de práctica. Quien primeramente la identificó como una degradación de la democracia fue el filósofo griego Aristóteles.

Entre los recursos que normalmente emplea la demagogia se cuentan los siguientes: falacias, omisiones, falso dilema, demonización, estadísticas fuera de contexto, estrategias de despiste y manipulación del lenguaje.

También, cuando en un contexto totalmente alejado de la política, alguien despliega una deliberada manipulación en orden a conseguir el favor de otro, también se habla de demagogia y quien desempeña ese comportamiento, se lo denominará como demagogo.

Por otro lado, en la Antigua Grecia, a aquel gobierno de tipo dictatorial, pero que contaba con el apoyo de la mayor parte de la población se acostumbraba a designarlo con el término de demagogia.

El término demagogia ha tenido y tiene diversos sentidos. En la antigua Grecia llegó a tener incluso una connotación positiva, lo que generalmente no ocurre hoy. Así, el demagogo era aquél que tenía grandes habilidades para tratar muchedumbres, así como presencia física y elocuencia en la oratoria. En este sentido, frecuentemente se

presenta a Pericles como el prototipo del demagogo. También se decía de aquellos políticos que tenían como programa básico de acción el mejoramiento del nivel de vida de las masas. Su sinceridad no era puesta en duda necesariamente. Sin embargo, en esa misma época apareció la connotación peyoratoria del concepto, tal como lo conocemos ahora, de tal forma que Tucídides llamaba al régimen de Pericles "la democracia de la laringe", y Demóstenes señalaba que "los oradores no hacen sino hablar como el público quiere que hablen". Es bien conocido, asimismo, el sentido que tiene para Aristóteles este término, es decir el gobierno apoyado en las multitudes pero ejercido en favor de intereses particulares, y Aristófanes, en su obra Los Caballeros, conceptúa a la demagogia como el engaño al pueblo por parte de sus gobernantes.

En la actualidad, el término ha cobrado diversas acepciones. Entre las principales, y más comúnmente aceptadas, están:

- a) La dominación tiránica sobre el pueblo.
- b) El uso, por parte de los gobiernos, de medios que contradicen a fines identificados con el interés general.
- c) El esfuerzo de los líderes por concentrar el poder en sus manos dentro de organizaciones democráticas, apelando el apoyo de las bases.

d) La excitación de las bajas pasiones de las masas populares, para alcanzar un fin político determinado.

e) La actitud de quienes, para conquistar el favor popular, hacen promesas que saben falsa o inalcanzables, y simulan estar de acuerdo con los valores y opiniones en boga.

Las dos primeras acepciones han sido utilizadas frecuentemente para calificar a los regímenes dictatoriales y totalitarios, incluyendo a los de signo comunista, principalmente por parte de los defensores de las democracias occidentales.

El tercer significado es aplicable a líderes y dirigentes de todo tipo de organizaciones sociales, partidos políticos, sindicatos, confederaciones, etc., que pasan por alto la formalidad democrática de estos cuerpos para escapar en lo posible a su control, y concentrar en sus manos mayor poder de decisión.

La cuarta acepción suele usarse para caracterizar a líderes de corte nazi-fascista y otros similares.

Es la última acepción la que probablemente se identifique más en México con la palabra demagogia, aunque es obvio que el segundo sentido aquí señalado también se puede aplicar a la realidad mexicana. En todo caso, la actitud demagógica está asociada a la idea de falta de sinceridad, fingimiento, ocultamiento y cinismo en lo

que se refiere a la práctica política, y que se refleja en el discurso público. Así, una declaración determinada por parte de un líder podría o no ser demagógica, dependiendo fundamentalmente de la sinceridad e intenciones reales del mismo.

Sin embargo, dada la complejidad de la mente humana, es muy difícil encasillar a los políticos en dos categorías puras: el que busca su propio interés a costa de todo, y el que se entrega de manera total al servicio público. Estas categorías, cuando mucho, pueden considerarse como los polos de una amplia gama de puntos intermedios en la cual se podrían ubicar los políticos reales. El prototipo del primer polo podría muy bien ser César Borgia, en quien Maquiavelo se inspiró para dibujar a su príncipe, y el segundo puede estar perfectamente representado por un líder de la talla de Gandhi. Pero estos son personajes más o menos atípicos. Además, había que señalar la dificultad para detectar con claridad las intenciones y propósitos de gran parte de los políticos, pues ellos mismos elaboran complicadas argumentaciones para convencerse de que, aunque persigan una meta personal, no son ajenos a los problemas de su comunidad.

Es posible entonces concebir a un político que tiene claras intenciones de obtener poder, prestigio y riqueza a través de su actividad, pero que al mismo tiempo se tiene por un benefactor social, o un comprometido revolucionario popular.

Así pues, no siempre es posible dilucidar con precisión la sinceridad de un gobernante. Evidentemente, el criterio inevitable para juzgar la actuación política de éste es el de sus resultados concretos. Tal como apunta Maquiavelo: "De las intenciones de los hombres, y más aún de los príncipes, como no pueden someterse a la apreciación de tribunales, hay que juzgar por sus resultados."

LA VIOLACION DE DERECHOS

Violación en lenguaje general significa infracción o transgresión, por lo que es común emplearlo como sinónimo de quebrantamiento, utilizando términos como violación de domicilio, violación de correspondencia, violación de contratos, de entre otros.

LA JUSTICIA

La justicia (del latín, iustitia) es la concepción que cada época y civilización tiene acerca de la equidad y de la búsqueda del bien común. Es un valor determinado por la sociedad. Nació de la necesidad de mantener la armonía entre sus integrantes. Es el conjunto de reglas y normas que establecen un marco adecuado para las relaciones entre personas e instituciones, autorizando, prohibiendo y permitiendo acciones específicas en la interacción de individuos e instituciones.

LA LEY

La ley (del latín *lex*, *legis*) es una norma jurídica dictada por el legislador. Es decir, un precepto establecido por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia. Su incumplimiento trae aparejada una sanción.

EL DERECHO

El Derecho es el orden normativo e institucional de la conducta humana en sociedad inspirado en postulados de justicia, cuya base son las relaciones sociales existentes que determinan su contenido y carácter. En otras palabras, son conductas dirigidas a la observancia de normas que regulan la convivencia social y permiten resolver los conflictos intersubjetivos.

LA JURISDICCIÓN

La jurisdicción (del latín *jurisdictio*, «decir o declarar el derecho») es la potestad, derivada de la soberanía del Estado, de aplicar el Derecho en el caso concreto, resolviendo de modo definitivo e irrevocable una controversia, que es ejercida en forma exclusiva por los tribunales de justicia integrados por jueces autónomos e independientes.

Uno de los principales rasgos de la potestad jurisdiccional es su carácter irrevocable y definitivo, capaz de producir en la actuación del derecho lo que técnicamente se denomina cosa juzgada.

LA LEGALIDAD

Cualidad de legal. 2. f. Der. Ordenamiento jurídico vigente. 1. m. *Der. Principio* jurídico en virtud del cual los ciudadanos y todos los poderes públicos están sometidos a las leyes y al derecho.

LA NORMA

Regla que se debe seguir o a que se deben ajustar las conductas, tareas, actividades, etc. 2. f. Escuadra que usan los artífices para arreglar y ajustar los maderos, piedras, etc. 3. f. Der. Precepto jurídico.

LA COMPETENCIA

Atribución legítima a un juez u otra autoridad para el conocimiento o resolución de un asunto.

Ley: modo ser y obrar los seres. Regla, norma, precepto de la autoridad pública, que manda, prohíbe o permite algo. la expresión positiva del derecho. Regla de conducta

obligatoria dictada por el poder legislativo, o por el ejecutivo cuando lo sustituye o se arroga sus atribuciones

-La falta de aplicación de las Leyes y corrupción de la Función Judicial.

-La falta de Legislación a favor del pueblo en la Asamblea Nacional.

-Vocabularios- Glosario.

CAPÍTULO III

La Metodología

-Diseño de la Investigación

Los tipos de investigación utilizados en este trabajo investigativo son los siguientes:

- Investigación de Campo
- Investigación documental- Bibliografía e
- Investigación Experimental

Diseño de Campo: permitirá las recolecciones de datos directamente de los sujetos investigativos, o de la realidad de los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir de la investigación realizada y la información obtenida no podrá ser alertada las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

Diseño Documental: por medio de este se realizará la búsqueda, recuperación, análisis crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados en formas documentales: impresas, electrónicas, magnéticas. Como toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.

Diseño Experimental: con este tipo de diseño analizaremos determinadas condiciones, estímulos o tratamiento (variable independiente) de los involucrado en

el proceso, para observar los efectos o reacciones que se producen (variable independiente). El diseño de investigación experimental es netamente explicativo, por cuanto su propósito es demostrar que los cambios en la variable dependiente fueron causados por la variable independiente.

Es decir, se pretende establecer con precisión una relación causas-efectos.

-Tipo de Investigación

Se aplicaran diversos sistemas de investigación entre los cuales se ha seleccionado los más elementales para el estudio como son.

Descriptivo.- El que nos permite una observación sistemática, para estudiar lo que realmente ocurre y quiénes son los responsables; con este método nos permitirá describir; analizar, registrar e interpretar las condiciones que se dan en una situación y en el momento determinado, con esta aplicación se pretende obtener datos relevantes que se relacionan con el objeto de la investigación.

Observacional.- Este método lo utilizaremos para la revisión de los casos registrados y los resultados que se obtuvieron en dichas observaciones, como una forma inicial de la investigación para darnos una idea de la problemática planteada

Analítico.- Es el que nos va a permitir identificar, clasificar y describir las características de una determinada información, además de obtener categorías de datos para clasificarlos, resumirlos y luego tabularlos es decir, identificar las variables y sus valores.

Estadístico.- Con esta herramienta podremos organizar en tablas estadísticas la información obtenida luego de la aplicación de los instrumentos de investigación señalados anteriormente mediante este procedimiento se facilitará la objetivación y comprensión de los datos para finalmente realizar la verificación de la hipótesis planteada dentro del desarrollo de la investigación.

-Población y Muestra

Población: Ciudad de Urdaneta.

SEGMENTOS

Empleados municipales	100
Empleados públicos	150
Abogados en libre ejercicio	20
Ciudadanía	<u>2000</u>
	2270 personas

MUESTRA

Aplicamos la fórmula: $n = N / [e^2 (N-1) + 1]$

n= tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

e= Error máximo admisible

CALCULO ARITMÉTICO

n= Tamaño de la muestra

N= 2270 personas

e=5%, de modo que el $(5\%)^2 = 0.0025$

Aplicando los valores en la fórmula:

$$n = N / [e^2 (N-1) + 1]$$

$$n = 2270 / [(0.0025) (2270-1) + 1]$$

$$n = 2270 / [(0.0025) (2269) + 1]$$

$$n = 2270 / [(5.6725) + 1]$$

$$n = 2270 / 6.6725$$

$$n = 340.2$$

n= 340 personas a encuestar

Sabemos que son 340 personas a quienes les voy a aplicar la entrevista. Pero no sé cuántas personas en cada segmento, por lo que se hace necesario primero expresar en porcentaje a cada segmento y luego ese valor aplicarlo a lo determinado por la fórmula.

.- Primero, expresamos en porcentaje a cada segmento:

a) Donde 2270 personas constituyen el 100%
100 empleados municipales son X %

Así: $X = (100)(100\%)/2270$

X= **4.4% de** empleados municipales.

b) Si: 2270 personas constituyen el 100%
150 empleados públicos son X%

Así: $X = (150)(100\%)/2270$

X= **6.6% de** empleados públicos

c) Si: 2270 personas constituyen el 100%
20 abogados en libre ejercicio son X%

Así: $X = (20)(100\%)/2270$

X= **0.88% de** abogados en libre ejercicio

d) Si: 2270 personas constituyen el 100%
2000 ciudadanos son X%

Así: $X = (2000)(100\%)/2270$

X=**88.1 % de** ciudadanos

En total Son: 4.4% de empleados municipales
6.6% de empleados públicos
0.88% de abogados en libre ejercicio
88.1 % de ciudadanos
99.98 % personas a encuestar

.- Segundo, aplicamos el porcentaje obtenido al nuevo Valor obtenido en la fórmula:

a) Donde 340 personas constituyen el 100%
X empleados municipales son 4.4%

Así: $X = (340)(4.4\%)/100\%$

X= **14.96** empleados municipales= **15**

b) 340 personas constituyen el 100%
X empleados públicos 6.6%

Así: $X = (340)(6.6\%)/100\%$
X = 22.44 empleados públicos = 22

c) 340 personas constituyen el 100%
X abogados en libre ejercicio son 0.88%

Así: $X = (340)(0.88\%)/100\%$
X = 2.9 abogados en libre ejercicio = 3

d) 340 personas constituyen el 100%
X de ciudadanos son el 88.1 %

Así: $X = (340)(88.1\%)/100\%$
X = 299.5 ciudadanos = 300

-Instrumento de la investigación

-Técnicas.- Dentro de los diversos métodos utilizados se realizará la técnica de la encuesta a los pobladores, que son las personas directamente involucradas con el desarrollo integral del cantón.

Instrumentos.- Los instrumentos por decir utilizados para la investigación son generalmente informativos `por un lado y ciertos materiales que se detallan a continuación:

- Documentos donde se registran los casos presentados y analizados durante la investigación con el fin de extraer información relevante para el análisis y las conclusiones de los diferentes casos que se encuentran o puedan.
- Formulario para las encuestas hecha a las personas relacionadas con el desarrollo integral del cantón.

-Confiability y Validez de los Instrumentos

Una vez obtenidos los cuestionarios de las encuestas, deducidas del análisis de la información obtenida; se debe demostrar lo que se supone que está ocurriendo, o sea debemos demostrar la hipótesis. Para ello hemos estudiado, reflexionado e

investigado la información pertinente y que se encuentra en las categorías de las hipótesis. Luego debemos aplicar las encuestas a la muestra obtenida técnicamente a través de la fórmula. Los resultados me permitirán establecer las conclusiones y posteriores recomendaciones, para el planteamiento de la propuesta. Por tanto los instrumentos aplicados, son confiables y valederos, toda vez que responden a las necesidades de investigación.

Procedimientos de la Investigación

Total de personas a encuestar en cada segmento son:

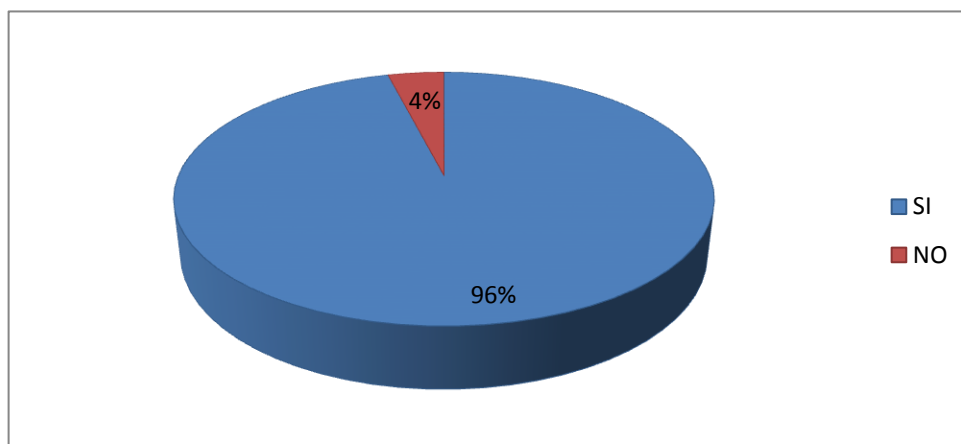
- 15 empleados municipales
- 22 empleados públicos
- 3 abogados en libre ejercicio
- 300 ciudadanos
- 340 Personas a encuestar

-Recolección de la Investigación

N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
1	¿Cree usted que existe un alto índice de habitantes engañados, por ofrecimientos no cumplidos por parte del municipio?	325	96%	15	4%	340	100
2	¿Gran cantidad de la información es desconocida por el pueblo, debido a que el departamento de relaciones públicas municipales no alcanza sus metas?	340	100%	0	0%	340	100
3	¿Considera usted que la participación de la ciudadanía en las campañas preventivas es deplorable?	330	97%	10	3%	340	100
4	¿El alto índice de presencia de roedores en calles, mercados y parques, pone en peligro la calidad de vida de sus habitantes?	330	97%	10	3%	340	100
5	¿Muchos desperdicios son arrojados a la calle desde las ventanas, debido a la falta de cultura para la prevención de la contaminación ambiental?	325	96%	15	4%	340	100
6	¿Cree usted que una gran cantidad de habitantes tienen pérdida de identidad local?	335	99%	5	1%	340	100
7	¿Sabe usted que un alto índice de ciudadanos realizan transgresión de las normas municipales?	320	94%	20	6%	340	100
8	¿Cree usted que el alto índice de campañas y programas para las festividades antes que la prevención continua, es debido al desorden en el cumplimiento de las obligaciones del departamento de relaciones públicas municipales?	340	100%	0	0%	340	100
9	¿Existe una gran cantidad de actividades con participación de la comunidad a medias, debido a una cultura de desinterés?	335	99%	5	1%	340	100
10	¿Alto índice de actividades de desarrollo de la comunidad detenidas, porque el plan estratégico de desarrollo local no responde a sus intereses?	340	100%	0	0%	340	100
	TOTAL	3320	98%	80	2%	3400	100

-Procedimiento y Análisis.

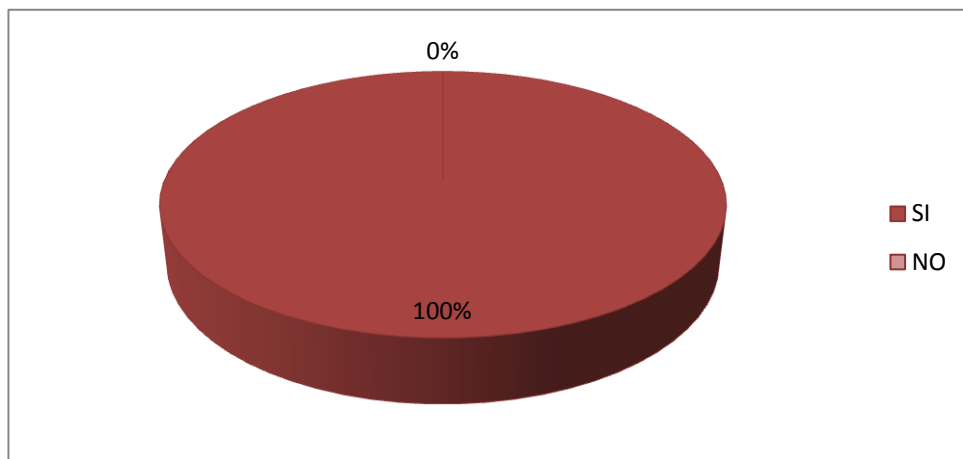
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
1	¿Cree usted que existe un alto índice de habitantes engañados, por ofrecimientos no cumplidos por parte del municipio?	325	96%	15	4%	340	100



ANÁLISIS

El 96 % de los encuestados creen que existe un alto índice de habitantes engañados, por ofrecimientos no cumplidos por parte del municipio. Puede ser que no exista información adecuada sobre la realidad del municipio, para cumplir en su totalidad lo ofrecido. Es decir la comunidad se dejó llevar por la oferta demagógica, antes que la oferta factible. Ciertas cosas se cumplen, otras no se puede, por salir del rango de prioridades. Esto produce el desinterés de las personas acerca de las cosas que el municipio organiza.

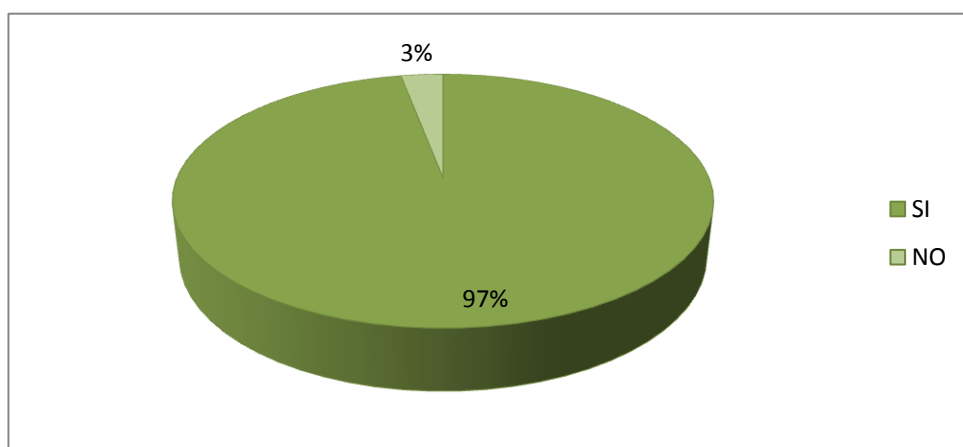
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
2	¿Gran cantidad de la información es desconocida por el pueblo, debido a que el departamento de relaciones públicas municipales no alcanza sus metas?	340	100%	0	0%	340	100



ANÁLISIS

Todos afirman que una gran cantidad de la información referente a las obligaciones municipales y los programas de desarrollo comunitario son desconocidos por el pueblo, debido a que el departamento de relaciones públicas municipales no alcanza sus metas, en las que se plantea la organización de la comunidad para efectos de cumplimiento de estos.

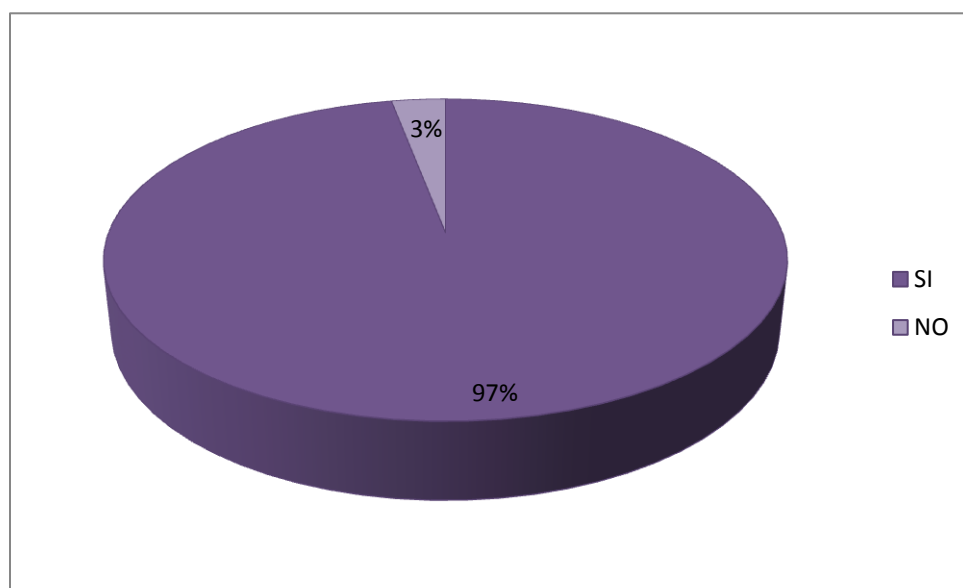
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
3	¿Considera usted que la participación de la ciudadanía en las campañas preventivas es deplorable?	330	97%	10	3%	340	100



ANÁLISIS

El 97% de los encuestados consideran que la participación de la ciudadanía en las campañas preventivas es deplorable; debido a que no tienen acogida los programas y eventos por falta de comunicación, difusión de la importancia del mismo y la estrategia de comunicación no es la adecuada para llegar a la conciencia ciudadana. Por otra parte, la cultura de participación ciudadana, depende del grado de identidad local, que se haya logrado en relación a la acción del municipio y su relación con la colectividad.

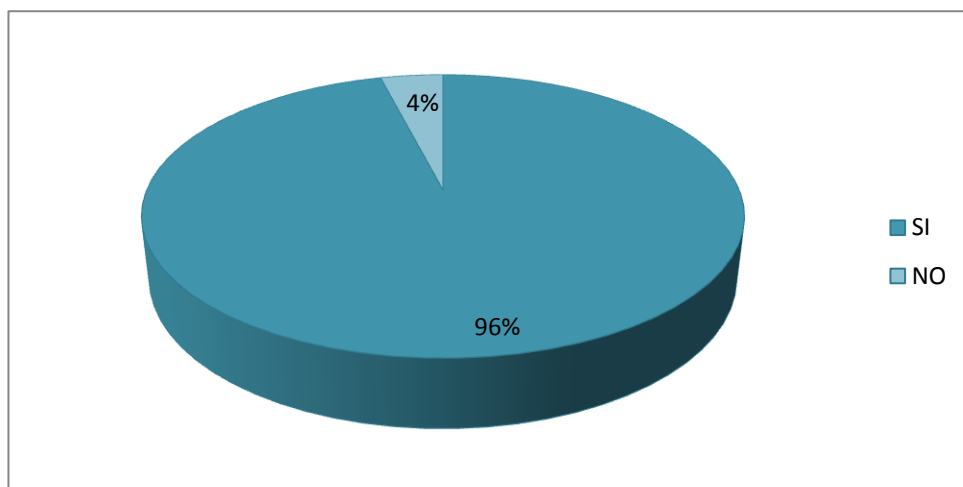
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
4	¿El alto índice de presencia de roedores en calles, mercados y parques, pone en peligro la calidad de vida de sus habitantes?	330	97%	10	3%	340	100



ANÁLISIS

Casi todos los encuestados opinan que el alto índice de presencia de roedores en calles, mercados y parques, no solo pone en peligro la calidad de vida de sus habitantes, sino que afecta indirectamente al flujo de turistas y comensales, debido al mal aspecto que representa su presencia. La presencia de estos roedores, implica un bajo nivel de participación de las instituciones públicas de salud, educación, atención de servicios básicos y de la comunidad en especial.

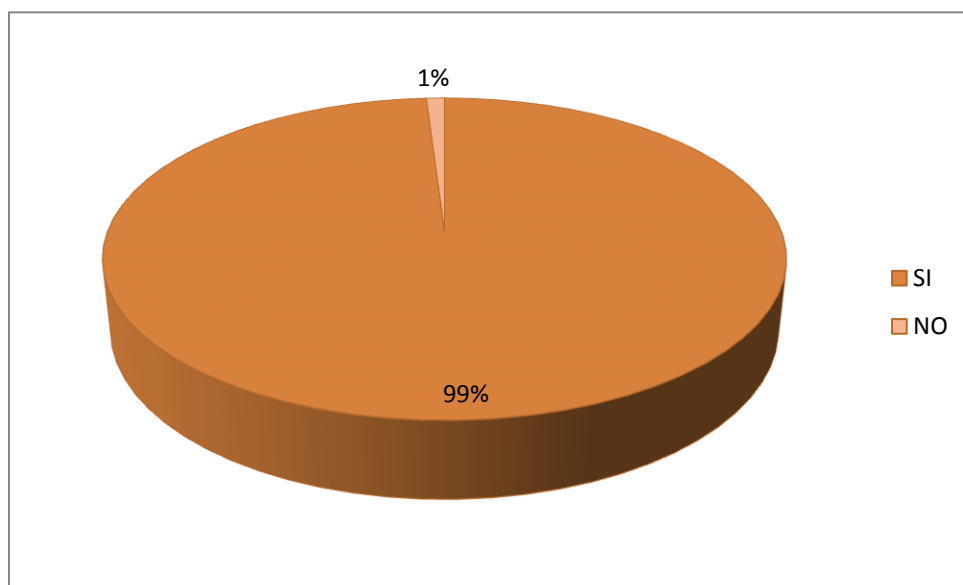
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
5	¿Muchos desperdicios son arrojados a la calle desde las ventanas, debido a la falta de cultura para la prevención de la contaminación ambiental?	325	96%	15	4%	340	100



ANÁLISIS

El 96% de los encuestados indican que existen muchos desperdicios que son arrojados a la calle desde las ventanas, debido a la falta de cultura para la prevención de la contaminación ambiental. Por lo tanto hace falta una campaña de concientización, que bien la podría liderar el departamento de relaciones públicas municipales. Debería hablarse entonces de la importancia de la calidad de vida de todos los habitantes en función de una manejo conjunto y comunitario del medio ambiente.

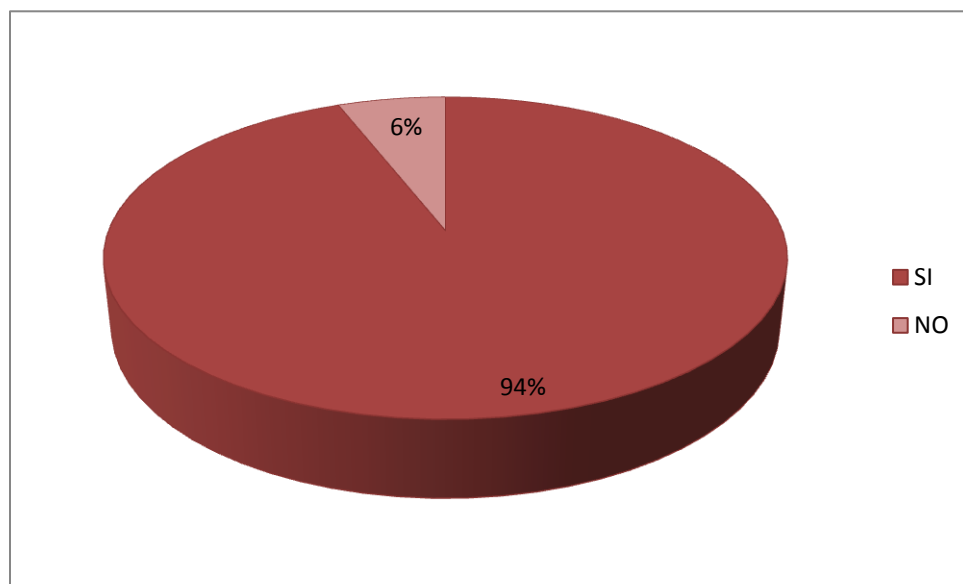
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
6	¿Cree usted que una gran cantidad de habitantes tienen pérdida de identidad local?	335	99%	5	1%	340	100



ANÁLISIS

Casi la totalidad de los encuestados creen que una gran cantidad de habitantes tienen pérdida de identidad local. Debido a la falta de actividades que hagan unir esfuerzos por alcanzar metas comunes en el desarrollo de la comunidad. El 99% de los encuestados, afirman entonces que: el desconocimiento de las obligaciones de la ciudadanía de participar en el desarrollo de su comunidad, implica identificarse con un eslogan o un ícono, por ejemplo, que la gente acoja como suyo y que a la vez sea popular.

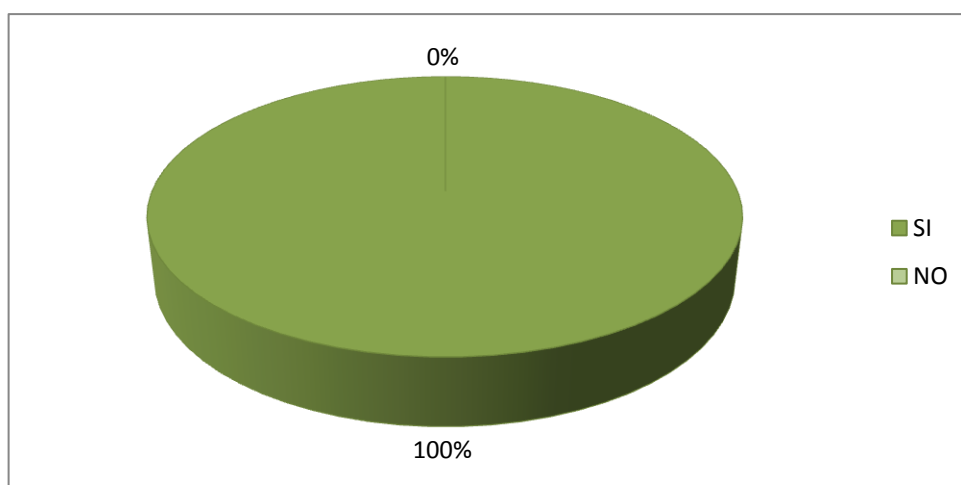
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
7	¿Sabe usted que un alto índice de ciudadanos realizan transgresión de las normas municipales?	320	94%	20	6%	340	100



ANÁLISIS

El 94 % de los encuestados, saben que un alto índice de ciudadanos realiza transgresión de las normas municipales. Ante esto la sanción debe ser eminente, lo que genera un proceso de corrupción o más bien de “viveza criolla”; sea porque el alcalde para no perder popularidad no aplica la ley, o sea por que como es conocido deja pasar estas inconformidades que afecta a la comunidad en general.

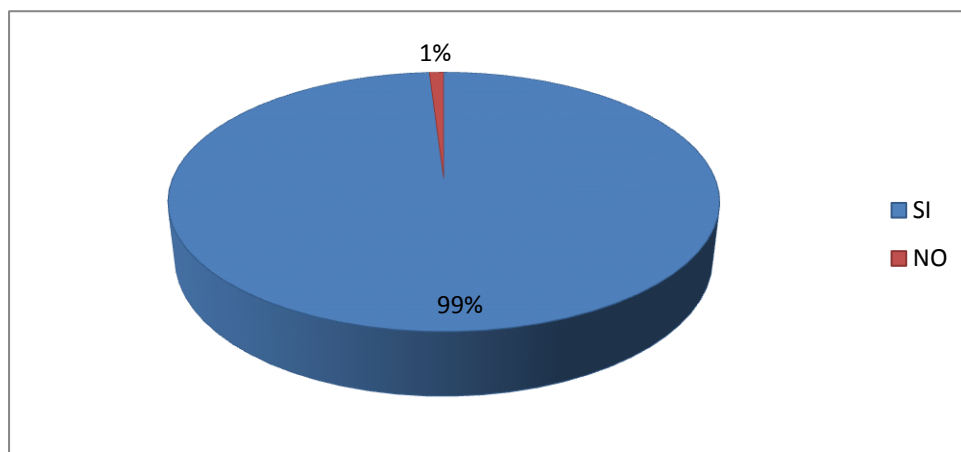
N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
8	¿Cree usted que el alto índice de campañas y programas para las festividades antes que la prevención continua, es debido al desorden en el cumplimiento de las obligaciones del departamento de relaciones públicas municipales?	340	100%	0	0%	340	100



ANÁLISIS

Todos creen que el alto índice de campañas y programas para las festividades antes que la prevención continua, es debido al desorden en el cumplimiento de las obligaciones del departamento de relaciones públicas municipales. Por una parte es debido a la falta de presupuesto que no alcanza para estas actividades que por ser costosas quedan relegadas y de preferencia se desarrollan otras actividades “parches” que no resuelven los problemas de fondo.

N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
9	¿Existe una gran cantidad de actividades con participación de la comunidad a medias, debido a una cultura de desinterés?	335	99%	5	1%	340	100



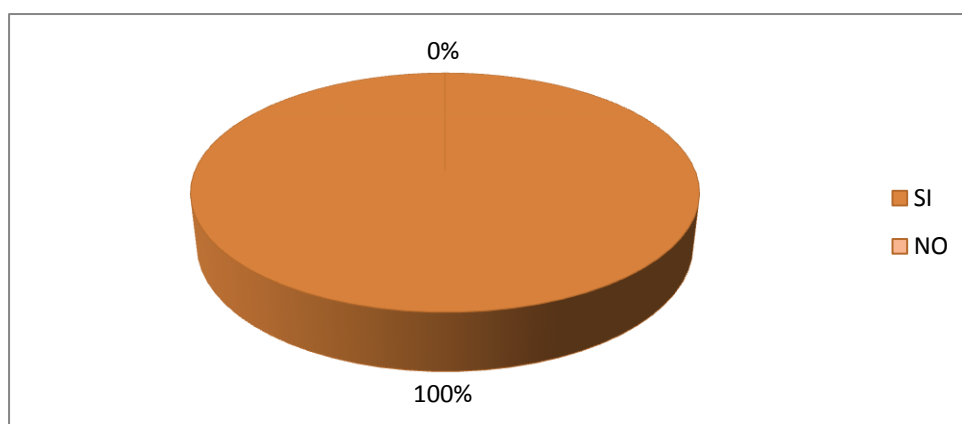
ANÁLISIS

El 99% de los encuestados afirma que existe una gran cantidad de actividades con participación de la comunidad a medias, debido a una cultura de desinterés.

Provocado por que ya tienen falta de credibilidad a lo ofrecido y se presenta una resistencia y desinterés, esta mentalidad la vuelve conformista y sumisa a las disposiciones legales. De modo que unos si cumplen y la gran mayoría no lo hace.

La desinformación producto de la falta de un medio que permita enlazar los intereses de la comunidad a las actividades planteadas por el departamento de relaciones públicas municipales.

N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
10	¿Alto índice de actividades de desarrollo de la comunidad detenidos, porque el plan estratégico de desarrollo local no responde a sus intereses?	340	100%	0	0%	340	100

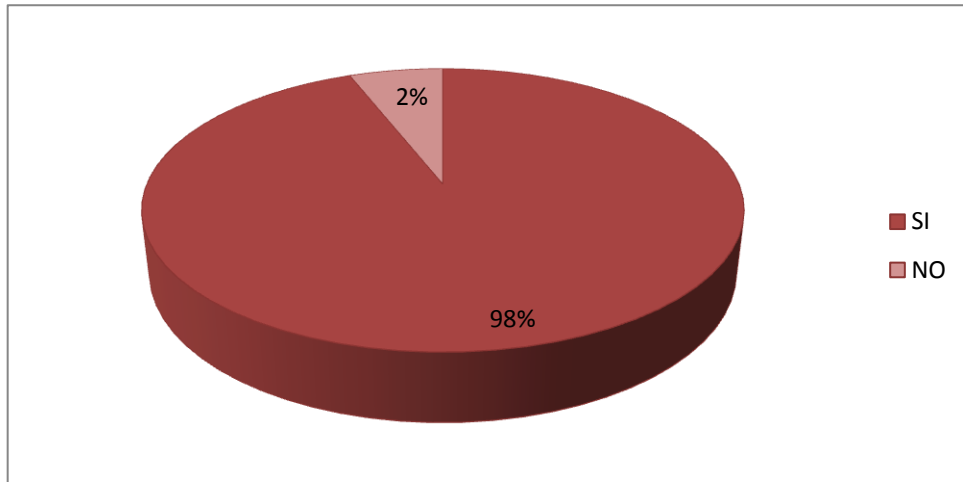


ANÁLISIS

El 100 % responde que existe un alto índice de actividades de desarrollo de la comunidad detenidos, porque el plan estratégico de desarrollo local no responde a sus intereses. Debido en parte a la escasa participación de los representantes de la comunidad y por otra parte a la escasa comunicación que motive su participación en estos eventos. Tal vez la metodología trazada para obtener la información, no es democrática, es decir no se logra la participación de los involucrados, ni es eficiente, es decir no alcanza los objetivos de solucionar problemas de la comunidad.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

N°	ITEMS	SI	%	NO	%	TOTAL	%
	Las relaciones públicas sobre el departamento de Servicios Públicos, Justicia y Vigilancia, no garantizan el cumplimiento de ordenanzas municipales en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta.	3320	98%	80	2%	3400	100



ANÁLISIS

El análisis de las preguntas aplicadas en las encuestas, dan como resultado que: el 98% afirma que las relaciones públicas sobre el departamento de Servicios Públicos, Justicia y Vigilancia, no garantizan el cumplimiento de ordenanzas municipales en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta. Por tanto se comprueba que la hipótesis planteada es verdadera.

CAPÍTULO IV

Conclusión

- 1.- Los habitantes son engañados, por ofrecimientos no cumplidos.
- 2.- El departamento de relaciones públicas municipales no alcanza sus metas.
- 3.- La participación de la ciudadanía en las campañas preventivas es deplorable.
- 4.- Presencia de roedores, pone en peligro la calidad de vida de los habitantes.
- 5.- Existe falta de cultura para la prevención de la contaminación ambiental.
- 6.- Los habitantes tienen pérdida de identidad local.
- 7.- Los ciudadanos realizan transgresión de las normas municipales.
- 8.- Existe un desorden en el cumplimiento de las obligaciones municipales del departamento de relaciones públicas.
- 9.- Existe una cultura de desinterés.
- 10.- El plan estratégico de desarrollo local no responde a los intereses comunitarios.

Recomendación

En base a la investigación realizada, planteo las siguientes recomendaciones que ilustrarán a los ciudadanos sobre la forma en que funciona el sistema del gobierno Municipal y permitirán:- Mejorar la capacidad de gestión del gobierno local en vinculación con las organizaciones sociales en cuanto a conocimientos y saberes, recursos económicos, en el ámbito de los valores de la cultura corporativa y organizacional.

- Promover la gestión nacional de recursos ambientales.
- Impulsar el mejoramiento de la educación, la salud, la nutrición, seguridad y cultura local, proponiendo a desarrollarse iniciativas y soluciones integrales.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población del cantón, mediante la reducción de la pobreza a través de la movilización de programas , proyectos y acciones, específicas en los ámbitos del capital social, humano, económico, productivo, ambiental y financiero, con enfoque y de equidad y sostenibilidad.
- Informar y educar al público en cuanto a temas de legislación, disposición y todos cuantos asuntos pueda afectar a la vida cotidiana de los ciudadanos.
- Mantenimiento informado a los ciudadanos de la política de la municipalidad y sus actividades diarias.

- Dar la oportunidad de expresar a los ciudadanos, sus puntos de vista sobre nuevos proyectos antes de que el cabildo tome una decisión definitiva.

Se evitaría que la población se aleje por:

- Ofrecimientos no cumplidos

- Que el departamento de relaciones públicas municipales no alcance sus metas.

-Que las campañas preventivas sean deplorables.

- Que las campañas no eviten que se ponga en peligro la calidad de vida de los habitantes.

- Que exista falta de cultura para la prevención de la contaminación ambiental.

- Que haya pérdida de identidad local

- Que haya transgresión de las normas municipales

- Que se de desorden en el cumplimiento de las obligaciones municipales del departamento de relaciones públicas.

-Que exista una cultura de desinterés.

- Que el plan estratégico de desarrollo local no responda a sus intereses.

Por esta razón planteo que se debe elaborar una intensa y sistemática ofensiva publicitaria de acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Local, que difunda las actividades, obras, proyectos, convenios, gestiones y políticas de la institución a fin de persuadir e incorporar a las comunidades a un proyecto de cambio.

CAPÍTULO V

Referencia Bibliográfica

[Http./www.Monografia.com](http://www.Monografia.com)

Stanton, Wililliam; Walker, Bruce y Etzel; FUNDAMENTOS DE MARKETING, 10ma .Edición , Editora McGraw-Hill.

López Reyes, Oscar, RELACIONES PUBLICAS Y MARKETING SOCIAL, 1ra. Edición, Editora Panamericana.

Bonta Patricio, Faber, Mario MARKETING Y PUBLICIDAD, Editora Norma, Bogotá.

[WIKL.pedia.org/Wik/Relaciones públicas.](http://WIKL.pedia.org/Wik/Relaciones_públicas)

[Http./Webcache,google user content.com](http://Webcache.google_user_content.com)

[Ecuador.Acombiode.com/distribución .relaciones públicas.](http://Ecuador.Acombiode.com/distribución_relaciones_públicas)

Capítulo VI

Tema.

Las “Relaciones Publicas” y sus incidencias en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta, en el año 2011-2012.

Propuestas.

Elaboración de una intensa y sistemática ofensiva publicitaria de acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Local, difundiendo las actividades, obras, proyectos, convenios, gestiones y políticas de la institución a fin de persuadir e incorporar a las comunidades a nuestro proyecto de cambio.

Justificación

Mi propuesta se justifica porque vamos a mejorar la capacidad de gestión del gobierno local en referencia a las organizaciones sociales; y en la creación de una cultura corporativa y organizacional. Se logrará promover programas de gestión de

recursos ambientales y a la vez un mejoramiento sustancial de la educación, la salud, la nutrición, seguridad y cultura local.

Lograremos contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población del cantón, informar y educar al público en cuanto a la oportunidad de expresar a los ciudadanos, sus puntos de vista acerca de los distintos programas ofertados durante las campañas electorales y el desarrollo programado de actividades en conjunto con las comunidades.

Objetivo Generales

Elaborar una intensa y sistemática ofensiva publicitaria de acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Local, para la garantía del cumplimiento de ordenanzas municipales en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urdaneta.

Objetivos Específicos.

- 1.- Elaborar una intensa y sistemática ofensiva publicitaria de acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Local, para el aseguramiento de la calidad de vida por disminución de la contaminación ambiental del Cantón Urdaneta.
- 2.-Elaborar una intensa y sistemática ofensiva publicitaria de acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Local, para que se disminuya el índice de ciudadanos sancionados por no acatar las disposiciones municipales en el cantón Urdaneta.
- 3.- Elaborar una intensa y sistemática ofensiva publicitaria de acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Local, para que se asegure la participación de la comunidad en un Plan Estratégico de Desarrollo Local en el Cantón Urdaneta.

Descripción de actividades

- Inaugurar un periódico mural comunitario y un programa radial, para mantener informada a la comunidad, así como para la motivación de esta comunidad a participar de las actividades de desarrollo del cantón Urdaneta.
- Programar visitas de las autoridades a las actividades de las organizaciones de barriada, para incentivar al ciudadano a comunicar sus inquietudes con confianza.

-Crear una agenda de trabajo con el fin de cubrir todos los actos, gestiones y obras que realiza la Institución.

-Elaborar una agenda de medios de comunicación, líderes comunitarios y eventos importantes donde participe el Alcalde (inicio, inspección e inauguración de obras).

-Brigadas para la repartición de propaganda y socialización de obras en coordinación con el área social. Los brigadistas deberán tener camisetas alusivas a las gestiones realizadas por el Alcalde.

-Creación de un informativo mensual, un periódico trimestral, dípticos, trípticos, hojas volantes, periódicos murales, gigantografías y adhesivos.

-Encuestas sobre construcción de obras y gestión del Alcalde.

Cada actividad, gestión y obra deberá inmediatamente ser noticia, elaborando boletines de prensa, editando audios y videos para ser remitidos a todos los medios de comunicación de la provincia.

-Elaboración de libretos de radio y videos.

Las cuñas publicitarias deben salir en horarios de mayor audiencia (en la mañana).

-Creación de la página web y blogs, en coordinación con el departamento de sistemas.

-Monitoreo de los principales medios escritos, radiales y televisivos de la provincia, con el objetivo de verificar si nuestra información ha sido difundida y los comentarios que vierten de la institución y su Primer Personero.

-Generar un ambiente de positivismo y adhesión de la población, utilizando los slogans “Cada obra es progreso”, “Súmate al cambio”, “Urdaneta Renace... Eloy lo Hace”.

-Utilización de la música de campaña (radio-inauguración de obras), actualizarla y crear otras con la que más se identifique la población.

Beneficios

Los principales beneficios, son los logros que se obtendrán con la aplicación y seguimiento de la propuesta:

- Ofrecimientos cumplidos.
- El departamento de relaciones públicas municipales alcanza sus metas.
- La participación de la ciudadanía en las campañas preventivas es excelente.
- Eliminación de roedores, mejora la calidad de vida de los habitantes.
- Instauración de una cultura para la prevención de la contaminación ambiental.
- Los habitantes tienen identidad local.
- Los ciudadanos no realizan transgresión de las normas municipales.
- Existe orden en el cumplimiento de las obligaciones municipales del departamento de relaciones públicas.
- Existe una cultura de interés por la solución de problemas locales.

- El plan estratégico de desarrollo local responde a los intereses comunitarios.

Recursos Humanos y materiales

-Recursos Humanos:

Lic. Luis Alfredo Muñoz Morán

Jefe del Departamento Relaciones Públicas G.A.D.M.C.U

Lic. Jessenia Rosario Vela Aguilar

Asistente Administrativo Departamento de RR.PP del G.A.D.M.C.U

Sr. Alex Maldonado Ulloa

Asistente Administrativo Departamento de RR.PP del G.A.D.M.C.U

Srta. Paola Fernanda Zambrano Santillán

Periodista-

-Recursos materiales

- Impresión de instrumentos
- Fotocopias
- Anillados.
- CD
- Cuaderno académico
- Bolígrafos

Equipos

- Cámara fotográfica
- Grabadora

Costos por servicios

- Digitación e impresión
- Costos por transporte.

-Recursos Financieros

- Periódico mural comunitario.	\$ 30.00
- Programa radial.	\$ 600.00
-Visitas a organizaciones de barriada	\$ 120.00
- Socialización de obras en Coordinación con el área social.	\$ 200.00
-Encuestas sobre construcción de obras y gestión del Alcalde.	\$ 40.00

Boletines de prensa, edición de audios

y videos. \$ 120.00

Las cuñas publicitarias \$ 360.00

\$ 1470.00

5.5. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

°	TIEMPO ACTIVIDADES	Julio./12				Agosto./12				Septiemb./12				Octubre./12				Noviem./12		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Periódico mural comunitario	X																		
2	Programa radial		X	X																
3	Visitas a organizaciones de barriada				X															
4	Socialización de obras en coordinación con área social					X	X													
5	Encuesta sobre ejecución de obras y gestión del alcalde							X												
6	Boletines de prensa, edición de audio y video								X											
7	Cuñas publicitarias									X	X	X	X			X	X		X	X

NEXO

**GOBIERNO MUNICIPAL DE URDANETA
DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS**

