



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Auditoría Comunicacional de Zona 8 de la Secretaría Nacional de  
Planificación y Desarrollo (Senplades)**

**TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA**

AUTOR: Castillo Cajamarca, Nimia Geovanna

DIRECTOR: Pasaguay Paz y Miño, Juan Ignacio, Econ.

**CENTRO UNIVERSITARIO KENNEDY-GUAYAQUIL**

2014

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Economista

Juan Ignacio Pasaguay Paz y Miño

**DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de maestría, denominado: “**Auditoría Comunicacional de Zona 8 de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades)**” realizado por **Castillo Cajamarca Nimia Geovanna**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, noviembre de 2014

f) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo **Castillo Cajamarca Nimia Geovanna** declaro ser autor (a) del presente trabajo de fin de maestría: Auditoría Comunicacional de Zona 8 de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), de la titulación de Magister en Gestión Empresarial, siendo Juan Ignacio Pasaguay Paz y Miño director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos, y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f. ....

Autor: Nimia Geovanna Castillo Cajamarca

Cédula: 0914486287

## DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a los guayaquileños y ecuatorianos testigos del cambio que ha experimentado el Ecuador en estos últimos años.

Al Gobierno Nacional que me dio la oportunidad de ser parte del proceso de transformación del país. Como parte del cambio está la comunicación, instrumento valioso para la gestión de toda institución.

A los ciudadanos quienes tienen el derecho de conocer los grandes lineamientos que han permitido disminuir la desigualdad y pobreza para avanzar hacia el buen vivir.

A mi familia, por su valioso apoyo y paciencia.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por su amor, bendiciones y acompañamiento en cada peldaño de la vida.

A mis padres, por inculcar el valor al estudio y orientarme por el camino del aprendizaje.

Y muy particularmente a la fuerza vital que mora en mí, para levantarme cada día con ganas de aprender y vencer obstáculos.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Determinar el funcionamiento de la comunicación externa de la Zona 8 de Senplades para lograr el posicionamiento estratégico de su rol de planificación con sus públicos.

- Determinar los públicos estratégicos de Senplades Zona 8 y examinar el conocimiento que tienen sobre la institución.
- Interpretar si las acciones comunicacionales emprendidas por la Zonal 8 tuvieron repercusión en los medios de comunicación e identificar el nivel de comprensión que tienen con respecto a la institución.
- Determinar si el Plan Nacional para el Buen Vivir ha sido socializado a los actores involucrados en el proceso de planificación participativa.
- Definir si las Agendas Zonales para el Buen Vivir han sido comprendidas por los usuarios responsables de su cumplimiento y si estas han sido comunicadas oportunamente a la ciudadanía.
- Analizar si los entes Públicos y Ciudadanos recibieron una adecuada comunicación que les permita involucrarse en el Sistema de Planificación Participativa liderada por Senplades de forma tal que se logre su involucramiento en todo el ciclo de políticas públicas.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE FIN DE MAESTRIA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
DEDICATORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
OBJETIVO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
RESUMEN .....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCIÓN.....	3-4

## CAPITULO I

### AUDITORIA DE LA COMUNICACIÓN Y EMPRESA

1. Historia.....	6
1.2 Concepto de Auditoría Comunicacional.....	7
1.2.1 Objetivos de la Auditoría Comunicacional.....	9
1.2.2 Importancia de la Auditoría en las organizaciones .....	9
1.2.3 ¿Por qué auditar? .....	9
1.3 Técnicas e Instrumentos de la Auditoría de Comunicación.....	10
1. 4 Comunicación y Empresa.....	11

1.5 La gestión de la Comunicación desde el ámbito público o comunicacional.....	12
1.6 La Comunicación y su relación con la Empresa .....	13
1.6.1 El Dircom y su papel en los ámbitos de la Comunicación .....	14-15
1.6.2 Dificultades en la Comunicación.....	15
1.6.3 La Auditoría y la relación con el Plan de Comunicación .....	16
1.6.4 El análisis del entorno.....	17

## **CAPITULO II**

### **PRESENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ZONA 8 DE SENPLADES**

2. Historia de la Planificación.....	19
2.1 Plan Nacional para el Buen Vivir y su importancia en la Planificación Nacional.....	20
2.1.1 Actores de la Planificación Descentralizada Participativa.....	20
2.1.2 Sistema Nacional de Planificación Participativa.....	21-22
2.2 Misión y Visión de la Institución.....	22
2.2.1 Objetivos Organizacionales.....	23
2.2.2 Organigrama General de Senplades.....	23-24
2.2.3 Estructura Orgánica de Subsecretaría Zonal 8 de Planificación.....	25
2.3 La Subsecretaría .....	25
2.3.1 Zonas de Planificación y áreas de competencia.....	26
2.4. El Subsecretario/a y Direcciones Departamentales	
2.4.1 El Subsecretario.....	27
2.4.2 Dirección de Transformación del Estado.....	28

2.4.3 Dirección de Planificación y Políticas Públicas.....	29
2.4.4 Dirección de Inversión, Seguimiento y Evaluación.....	29
2.4.5 Unidades habilitantes de Asesoría.....	29
2.4.6 Unidad de Comunicación.....	29
2.5 Canales de Comunicación Interna.....	30
2.5.1 Canales de Comunicación Externa.....	30
2.6. Ejes temáticos para la comunicación en la Zona.....	31
2.7 Foda institucional.....	32

### **CAPITULO III**

#### **ESTUDIO DE LOS PUBLICOS DE LA ZONA 8**

3. Qué son los públicos .....	34
3.1. Mapa de Públicos.....	34-35
3.1.1 Públicos de la Zona 8 .....	36
3.1.2 Valoración de públicos según el Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn).....	36-37
3.2 Presentación e importancia de los públicos de Senplades Zona 8	
3.2.1 Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) de la Zona 8.....	38
3.2.2 Competencias de (GAD).....	38-39
3.2.3 Sobre los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial .....	40
3.3 Mapa de poder de los GAD de la Zona .....	41
3.4 Entorno Político de la Zona y su influencia en la comunicación.....	42-43
3.4.1 El Poder en dos cantones.....	44
3.5 Lucha de ideologías.....	45

3.5.1 La Derecha o Social Cristianos.....	45-46
3.5.2 La Izquierda.....	46-47
3.5.3 Diferencia entre la Derecha e Izquierda.....	48
3.6 Las Instituciones del Ejecutivo.....	49
3.6.1 Difusión de Metodologías de Planificación Institucional a entidades del Sistema Descentralizado de Planificación Participativa .....	50
3.7 Medios de Comunicación .....	51
3.7.1 Medios con grandes estructuras y poder mediático.....	52
3.7.2 La prohibición de salir en medios privados.....	53
3.7.3 Medios Privilegian noticias.....	54-56
3.8 Sobre los Ciudadanos.....	57-59

## **CAPITULO IV**

### **DIAGNÓSTICO Y ANALISIS DE ENCUESTAS**

4. Estudio sobre el funcionamiento de la comunicación en Senplades Zona 8.....	61-71
4.1 Cobertura de medios Zona 8 años 2012-2013.....	71
4.1.1 Cobertura de medios durante el año en 2012.....	72-74
4.1.2 Cobertura de medios durante el año 2013 .....	74-75
4.1.3 Comparativo de cobertura: años 2012- 2013.....	76
4.2 Análisis de encuestas a Instituciones Públicas .....	77-80
4.3. Análisis de encuestas a la ciudadanía.....	81-83
4.4 Relación con la Ciudadanía.....	83
4.4.1 Participación en ferias.....	84
4.4.2 Presentación del Plan Nacional a públicos de la Zona 8 .....	84

4.4.3 Lanzamiento de Proyectos Emblemáticos.....	85
4.5 Propuesta: Plan de Comunicación a públicos estratégicos de Senplades Zona 8.....	85-90
CONCLUSIONES.....	91
RECOMENDACIONES.....	92
BIBLIOGRAFÍA.....	93-97
ANEXOS.....	98-104

## RESUMEN

En los tiempos de cambios que vive el Ecuador, donde la comunicación es una herramienta fundamental para la gestión pública y sirve de enlace entre el Gobierno y sus ciudadanos. El presente trabajo provee de una importante fuente de investigación a la Secretaría Nacional de Planificación (Senplades) Zona 8, ya que analiza a través de la Auditoría de la Comunicación el funcionamiento comunicacional de la institución y su relacionamiento con sus públicos estratégicos (Instituciones de Ejecutivo, Gobiernos Autónomos Descentralizados, medios de comunicación y ciudadanía) para identificar cuáles son los principales problemas que influyen en el proceso de comunicación. Además hace un análisis del entorno político que interfiere en la comunicación eficaz entre la institución y medios de comunicación de la zona.

La investigación ayudará a la institución a una aplicación eficiente de su plan de Comunicación que permitirá a los públicos estratégicos participar activamente en el proceso de planificación participativa que establece el Plan Nacional para el Buen Vivir y posicionar su rol como ente planificador del estado.

**Palabras Claves:** Auditoría de la Comunicación, Públicos, Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), Plan Nacional para el Buen Vivir, Medios de Comunicación.

## **ABSTRACT**

In changing times experienced by the Ecuador, where communication is an essential tool for governance and serves as liaison between the government and its citizens. This work provides an important source of research for the National Planning Secretariat (Senplades) Zone 8, as analyzed through the Communication Audit the communication operation of the institution and its relationship with its strategic publics (Executive Institutions , Autonomous Decentralized Governments, media and citizens) to identify what are the main problems affecting the communication process. In addition an analysis of the political environment that interferes with effective communication between the institution and media area. The research will help the institution to an efficient implementation of the communication plan that will enable strategic stakeholders actively participate in the participatory planning process that establishes the National Plan for well being and place their role as state planning entity.

**KEYWORDS:** Audit of Communication, Public, Government Autonomous Decentralized (GAD), National Plan for Good Living, Media.

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día la Comunicación es un eje transversal en el desarrollo de las organizaciones. Eso significa que atraviesa todos los problemas y dilemas de la vida organizacional. Es uno de los pilares fundamentales para difundir las actividades y logros que realizan los gobiernos y las instituciones públicas y privadas.

Una comunicación eficiente genera confianza en la ciudadanía, en especial, porque las instituciones gubernamentales deben rendir cuentas al estado y a sus conciudadanos de su gestión de trabajo y hacerlos partícipes en los cambios del país.

Sin embargo la rapidez, lo mediático y la rutina conlleva a un desgaste de las prácticas de comunicación, si no se establece un sistema permanente de evaluación y mejoramiento.

La auditoría de la comunicación, “es el método que diagnostica el funcionamiento comunicacional de la institución en todos sus niveles” (Francisco Garrido, 2004). Y de este modo se concretan los procesos comunicativos de la organización con un alcance óptimo a sus audiencias.

A través de la presente tesis se plantea realizar una auditoría comunicacional de Zona 8 (Guayaquil, Durán y Samborondón), de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades, que permita tomar decisiones fundamentadas en la realidad comunicacional que acontece en la zona, para posicionar a la institución como ente rector de la planificación del país.

La auditoría detectará los flujos de comunicación externa, cuáles son sus puntos débiles y dónde se producen los problemas, y principalmente conocer cómo está la imagen y reputación de la institución con sus principales públicos (Instituciones de ejecutivo, Gobiernos Autónomos Descentralizados, medios de comunicación y ciudadanía).

Para una mejor comprensión se ha dividido la tesis en cuatro capítulos: El primero realiza una introducción al estudio de la auditoría: historia, conceptos, importancia para las organizaciones, técnicas e instrumentos, así como los elementos que intervienen en el funcionamiento de la comunicación de una institución. Además una explicación de la relación de la auditoría comunicacional con el plan de comunicación y el análisis del entorno como herramienta de diagnóstico.

El segundo capítulo comprende una introducción a la historia de la planificación en el país, el Plan Nacional para el Buen Vivir, el Sistema Nacional de Planificación Participativa y la estructura y funcionamiento de la Zona 8 de planificación.

En el tercer capítulo se identifica a los públicos de la Zona 8, la importancia de su relación con la institución y su función en el proceso de planificación, así como un análisis del entorno político de la zona y la influencia en la comunicación, también un breve concepto de qué significa ideología izquierda y derecha, como factores de disputa entre líderes políticos de la zona. Y finalmente el cuarto capítulo presenta e interpreta las encuestas efectuadas a los públicos de la institución y documentación recogida en el proceso de exploración.

Esta investigación provee de una información importante que necesita la institución para mostrar cómo se está gestionando la comunicación y qué mejoras aplicar para lograr una buena imagen y posicionamiento del rol planificador de Senplades en esta zona.

De esta forma, las acciones comunicacionales que realice la Zona 8 para difusión de sus objetivos organizacionales permitirá transparentar las actividades que realiza esta subsecretaría a sus públicos estratégicos para una aplicación eficiente de su plan de comunicación. Así también, ayudará a que todos los públicos estratégicos participen activamente en el proceso de planificación participativa que establece el Plan Nacional para el Buen Vivir.

Aunque al inicio de este trabajo hubo limitantes, por la cantidad de información que conlleva el tema escogido, encontrar un punto que permita llevar el hilo conductor del trabajo fue difícil; sin embargo, con la metodología explicativa aplicada se dio respuestas al fenómeno estudiado, que contó con herramientas como: investigación hemerográfica y de campo, lectura de variedad de información, no solo del tema comunicacional, sino de leyes y el entendimiento de cómo se articula la planificación del país a través del Sistema de Planificación Participativa y sus principales actores, hasta su aplicación en la política pública en los territorios; todo este conjunto de pasos ayudó a que se concrete el trabajo para tener una comprensión más amplia de todos los cambios que el Gobierno Nacional está cumpliendo, teniendo con eje conductor a la planificación.

## **CAPITULO I**

### **AUDITORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y EMPRESA**

## 1. Historia

La auditoría de la comunicación no es un tema nuevo, los primeros escritos surgen en Estados Unidos en el año 1950, con los autores (Davis, 1953; Nilsen, 1953; Odiorne, 1954).

Los primeros estudios fueron de orden académico (Búsqueda de nuevos conocimientos) y otros de orden consultante, con el objetivo de mejorar la gestión (Garrido F. J., Comunicación Estratégica, 2004). Estos dos ángulos de estudio sirvieron como un aporte importante para mejorar la comunicación de las empresas.

Posteriormente se publican una variedad de investigaciones en tesis, disertaciones, doctorados, artículos etc. (Greenbaum, Howard H., Hellweg, Susan A., and Falcione, Raymond L., 1983). Fue tan importante el tema que en 1974 se empieza a incluir el estudio de auditoría de la comunicación en textos de Estados Unidos. (Goldhaber, 1974; Daniels and Spiker, 1991).

La revista Infoamérica.ec menciona que los primeros servicios de consultoría en Comunicación estratégica los dio el pensador canadiense McLujan quien asesoró a General Electric. Desde entonces, las investigaciones científicas del tema se aplicaron en forma práctica, aportando al estudio investigativo del desarrollo comunicacional dentro de las organizaciones.

El estudio más significativo en esta rama se dio en 1970 con la aparición de los tres primeros procedimientos e instrumentos de la auditoría de la comunicación: "ICA Communication Audit", "The LTT Audit System" y "Communication Satisfaction Questionnaire", este último modificado y transcrito al español, como "Cuestionario de la auditoría de la comunicación (Varona 1991).

De la mano de ICA se dio aportaciones a través del método conocido como communication audit que surgió por los años 70, como un procedimiento aplicado a las comunicaciones internas,

El estudio de la auditoría de la comunicación, no solo se desarrolló en Estado Unidos. En Europa, Joao Costa creó uno de los primeros métodos para auditar la imagen empresarial, donde integra todas las comunicaciones, del cual se realizaron algunas variaciones y aplicaciones en distintos ámbitos (Garrido,2004).

Su método de la comunicación integral, se incluye en el, libro "La imagen de la empresa". Desde los años 70, Costa viene auditando la imagen de las empresas, a través de la CIAC (Consultora en Investigación, acción y comunicación), donde aplica sus conocimientos científicos como autor de libros y lo lleva a la praxis, dando asesoría a prestigiosas empresas por todo el mundo. Según su autor la comunicación integral daba buenos resultados, porque combinaba la identidad, imagen, la cultura, comunicación interna y relaciones institucionales, que los denominó Paradigmas del Siglo XXI, (Costa J. , 2005).

Posteriormente en base a lo publicado por Costa, Don Shulz escribe "Comunicaciones integradas de Marketing, que limita la comunicación al ámbito departamental y no a la empresa globalmente. El segundo libro, publicado por en 1984 por David Berstein, analizaba la imagen de la empresa y la realidad: críticas de las comunicaciones corporativas. Así

surgieron muchos textos, el clásico originario de las ideas fue el creado por Costa, pero el autor vuelve a actualizarlo en el año 1999 bajo el título "Imagen corporativa en el siglo XXI" (Costa J. , 2010).

Otras propuestas de metodologías de auditoría es el de Norberto Chávez, en su texto plantea la auditoría desde la perspectiva del diseño gráfico, mientras que Villafañe y Greener, lo hacen desde la perspectiva general de la imagen. Cabe resaltar que los autores como Garrido, Capriotti y Sanz, comparten el estudio de la auditoría de la comunicación desde una visión integral. (Garrido F. J., 2015).

Garrido, menciona que esa visión integral figuran los diagnósticos relacionados con la comunicación entre el público interno: empleados, autoridades-supervisores y comunicación interdepartamental, stakeholders, impacto de intranet, evaluación y conocimiento de la comunicación por parte de los clientes, marca y notoriedad de la empresa, imagen entre otros.

Aunque no existe un modelo estandarizado para realizar una auditoría comunicacional. Manuel Palencia en el libro "90 técnicas de Relaciones Públicas" cita tres perspectivas que orientan los objetivos de la auditoría de la Comunicación: Funcionalista, Interpretivista y crítica.

De las mencionadas, la perspectiva funcionalista contemporánea será la base para el trabajo de la presente tesis. La teoría concibe la organización como un "sistema viviente" integrado por subsistemas y en constante interacción con otros sistemas externos (Monge, Farrell, Eisenberg, Miller, and White, 1984).

Los estudios en la auditoría han avanzado considerablemente, sin embargo Joan Costa sigue dando respuestas a los temas comunicacionales y su relación con la empresa desde una manera no solo teórica, sino práctica, demostrando que los planteamientos propuestos son aplicables a la realidad de las empresas de hoy.

## **1.2 Concepto de Auditoría Comunicacional.**

Es un método de diagnóstico para medir el funcionamiento comunicacional de la empresa. Tiene por objetivos indagar y reconocer los procesos de comunicación que ocurren en la organización. (Ferrari D. M., 2012).

Instrumento que permite obtener datos sobre el análisis de la situación actual de la comunicación de una empresa. (Slideshare, 2009). Los datos permiten dar recomendaciones para promover los cambios necesarios, con el fin de mejorar el sistema y las prácticas de la organización.

Se trata de un proceso de exploración y de detección de las formas comunicativas que pueden ser internas o externas. En este caso abordaremos el análisis de la comunicación externa de una organización (Zona 8 de Senplades), la misma que surge de la necesidad de

interrelacionarse con otros públicos externos, sin la cual su función productiva o de otra índole no se podría desarrollar (Ocampo, 2011).

Dicho de otra forma, la auditoría de la comunicación es una valoración sistemática de los procesos de comunicación con sus audiencias. Determina qué funciona, qué no funciona. Se centra en los procesos y mide en qué grado la organización logra sus propósitos de comunicación. Ayuda a entender la percepción que tienen, las audiencias y los medios de la organización (Buenas tareas, 2011).

Hay una estrecha relación entre los términos auditoría contable con la auditoría comunicacional, en el primer caso el objetivo de estudio son los estados contables y en el segundo la comunicación, sean internas o externas. (Cerezo, Universidad de Palermo, S/A). En ambos casos producen impacto, ya sea en los registros contables o en relaciones humanas.

La comunicación externa está dividida en dos categorías: comercial y pública, la primera tiene que ver con el mercado, los clientes y la publicidad y la segunda con lo público que agrupa todo un sistema político donde están insertos: Gobierno, Comunidad, ONG, Empresas, Stakeholders (Jiménez, 2011). La segunda opción de lo público es la que se aplica al presente estudio.

### ***1.2.1 Objetivos de la Auditoría.***

El objetivo de la auditoría es medir la efectividad de la comunicación, valorar el impacto que producen las actividades y programas organizados por la institución; analizar la imagen percibida de la organización por sus grupos de interés, así como identificar de entre éstos a los más importantes (Descudrando.com, 2012).

Además permite conocer las debilidades y fortalezas del sistema de comunicación de la organización, genera la base para la realización de un plan estratégico consistente. (Cerezo, Universidad de Palermo, S/A).

Otro objetivo de la auditoría es la de “medir la efectividad de las diferentes herramientas de comunicación que utiliza la empresa y de qué manera sus audiencias perciben los mensajes emitidos”. (Slideshare, 2009).

Adicionalmente otra razón para realizar una auditoría es que ofrece la posibilidad de establecer los objetivos de comunicación, evaluar los programas a largo plazo, identifica las

fortalezas y debilidades y las áreas que requiere actividades adicionales (Rodríguez I. , 2007).

### **1.2.2 Importancia de la Auditoría en las Organizaciones.**

La importancia de la auditoría radica en el diagnóstico, porque a partir de él, se puede diseñar un plan específico de comunicación, ya sea interno o externo, según las necesidades de la organización. (Pimienta, 2013).

Hoy en día la información vertida a través de la auditoría de la comunicación representa una ventaja y activo estratégico dentro de la organización. Esto provoca que la inversión económica en este sector pueda dar mayor productividad y calidad a nivel global en todos los estamentos que constituyen una empresa.

Se recomienda hacer una auditoría una vez al año, de esta forma se logra el control de los procesos de comunicación, permitiendo un mejor relacionamiento con sus públicos lo que garantiza el posicionamiento e imagen de la institución a largo plazo.

La auditoría de la comunicación es útil porque se podrá evaluar y conocer si los cambios realizados en el proceso comunicacional o si las herramientas han sido correctos para la organización. (Casrasco, 2010).

Por lo tanto, las organizaciones no pueden vivir ajenas a lo que la ciudadanía, los clientes, consumidores opinen de su accionar, y la auditoría de comunicación se constituye en un instrumento importante para mantener alerta a la organización y tomar los correctivos necesarios. (Mendoza, 2007).

### **1.2.3 ¿Por qué Auditar?.**

La comunicación en las organizaciones y empresas, tanto públicas como privadas, es parte fundamental para su funcionamiento. Los organismos públicos a través de su comunicación institucional tienen la obligación de promover una sociedad informada y realizar una gestión comunicativa que facilite a la ciudadanía el acceso a la información y a los servicios públicos.

Una comunicación más cercana al ciudadano permite hacerlo partícipe y actor de los cambios que está viviendo el país. De modo que sin una comunicación eficiente, los organismos públicos ven limitado su radio de acción, y por ende, sus posibilidades de acercamiento a la población. (Oller, 2013).

Y para medir el nivel de eficiencia es fundamental auditar a los actores y públicos que conforman la organización, que permitirá establecer recomendaciones y con su implementación corregir el déficit y desarrollar una comunicación óptima que repercutirá en la buena imagen y posicionamiento de la institución.

### 1.3 Técnicas e instrumentos de la auditoría comunicacional.

Tabla 1. Herramientas de la auditoría

Técnica	Sirve	Se utiliza	Beneficios
<b>Cuestionario</b>	Descubre hechos y opiniones.	Cuando la información que se busca está dispersa entre diferentes grupos	Permite el análisis estadístico.
	Reúne datos y objetivos cuantificables	Las fuentes son muy variadas	Es cuantificable.
		No hay tiempo para la observación directa o la entrevista.	Se obtiene gran cantidad y variedad de datos
<b>Entrevista</b>	Explora los aspectos estudiados de forma amplia y precisa	Para estudiar a la organización y sus relaciones internas	Indaga los problemas y oportunidad de la organización.
<b>Observación</b>	Corroborar la información recopilada.	Para recoger información del comportamiento real.	Facilita la expresión verbal, expresiones y sentimientos. No tiene costo.  Se puede llevar en cualquier momento y las ocasiones que requiera.
<b>Focus Grupo</b>	Técnica de recolección de datos para obtener información relevante del sentir del grupo.	Para recolectar información de un grupo de colaboradores respecto a la situación de un departamento o de toda la organización.	Participantes tienen libertad para expresar sus opiniones.  Se puede tener contactos posteriores para revisar aspectos analizados

Fuente: (Desarrollo Organizacional, 2013)

Los instrumentos más característicos de la auditorías son: Cuestionarios, entrevistas, análisis de redes de comunicación y mensajes, grupos focales, observación y análisis cualitativo y cuantitativo de la comunicación. (Garrido F. J., Comunicación estratégica, 2004); Su uso dependen del fenómeno estudiado y el método seleccionado.

Otro elemento importante es la información documental (archivo) que provee de datos para la auditoría. Si la organización a través de su departamento de comunicación o áreas

respectivas, tiene como política, realizar registro de participantes en las diferentes actividades y talleres que realiza, o guarda un archivo de monitoreo de noticias diarias que publican los medios de comunicación sobre la institución, estas herramientas podrán ser útiles para la auditoría.

En el cuadro descrito arriba se explica para qué sirven estas herramientas de la auditoría, según el autor McGraw Hill.

#### **1.4 Comunicación y Empresa.**

La empresa como unidad social organizada y abierta está indisolublemente ligada al fenómeno de la comunicación. Esta funciona como un sistema viviente dentro de la organización. La acción comunicativa, que se realiza a través del habla-mensajes debe ser constante entre los miembros de la organización. Existen tres tipos de comunicación, la comunicación interpersonal directa, se efectúa entre dos personas próximas, tiene efecto bidireccional o llamado feedback; luego viene la comunicación interpersonal a distancia, es decir los mensajes son distantes, y finalmente la comunicación de difusión (telecomunicación unidireccional) los mensajes son lejanos. (Costa J. , El Dircom de hoy, 210).

Pero este proceso de comunicación se ha transformado y ha sufrido cambios con el desarrollo de nuevas tecnologías: web 2.0, redes sociales, página web, teléfonos inteligentes, que ofrecen oportunidades ilimitadas para relacionarse con los públicos. Las nuevas tecnologías se constituyen en un campo de oportunidades para las empresas e instituciones públicas que deseen comunicar algo a sus audiencias. Todas estas formas de comunicación son utilizadas durante el nexo con los diferentes públicos y cada una de ellas tiene su importancia y valoración para lograr los objetivos organizacionales.

#### **Ventajas de la web 2.0**

- ✓ Permiten brindar información a tiempo real
- ✓ Democratizar la información
- ✓ Crear nuevos espacios de diálogo y participación
- ✓ Nuevos horizontes informativos, mensaje en pocos caracteres (140)
- ✓ Multiplicidad de canales, la información llega fragmentada
- ✓ Poder de movilización ciudadana

(Navarro, 2011)

Toda acción comunicativa debe tener una planificación estratégica, que debe cumplir etapas tales como definir: Valores, Principios, creencias, misión, visión, objetivos para luego pasar a desarrollo de estrategias, planes, programas y proyectos. Dentro de esta planificación debe estar inserto el compromiso de la organización con el proceso, en especial los ejecutivos, gerentes, altos directivos, subsecretario o coordinador en el caso de empresas públicas.

La comunicación debe asumir un papel estratégico para el cumplimiento de los objetivos organizacionales y la expectativa de sus público estratégicos. (Ferrari M. , 2012). Por lo tanto, se vuelve estratégica cuando colabora con la misión y los objetivos organizacionales y cuando sus acciones tienen diferentes significados para sus públicos.

No puede haber estrategia de comunicación independiente de la estrategia general de la empresa (Costa J. , Marketing y Publicidad, 2010).

### **1.5 La gestión de la comunicación desde el ámbito público o institucional.**

Aunque nos hemos referido a la comunicación y su papel dentro de la empresa, debemos mencionar que la auditoría de comunicación está dirigida al ámbito de la comunicación pública o institucional, por lo cual su gestión difiere mucho de las organizaciones que venden productos y tiene una fuerte competitividad en el mercado con otras empresas. En el plano público, no se habla de competitividad, pero sí eficiencia en la gestión que realizan, porque las empresas públicas se deben a sus públicos, en especial a los ciudadanos, principales beneficiarios de su accionar.

La ley de Comunicación del Ecuador, considera como medios de comunicación social a las empresas y organizaciones públicas, que difunden información de interés público, por lo tanto, es obligación de la administración pública generar una sociedad informada y garantizar a la ciudadanía el derecho a la información.

Según Martínez Borgueño, “la comunicación institucional es la que trata de desarrollar al máximo las relaciones con la ciudadanías, con miras a reforzar su conocimiento que éstos poseen de su organización. Es el camino de transmisión entre lo que el gobierno quiere comunicar y la ciudadanía”. (Navarro, 2011).

## 1.6 La Comunicación y su interrelación con la empresa.

Antes de iniciar una auditoría es importante para el consultor, el Dircom o el Comunicador, saber el funcionamiento de la institución. Comenzará revisando cuál es el orgánico funcional, la misión, visión, y objetivos organizacionales.

Pero si aplicamos el modelo del paradigma del siglo XXI propuesto por Joan Costa, que plantea cómo gestionar todo el conjunto de interacciones entre la empresa y sus públicos, resulta una manera sencilla de comprender el funcionamiento de una institución. El autor español señala que en toda empresa es importante tomar en consideración cinco ventores estratégicos: Identidad, acción, cultura, comunicación e imagen. Estos elementos son intangibles, estratégico y diferenciadores.

La forma de cómo aplicar este modelo se resume en cuatro preguntas: ¿Quién es? refleja la identidad de la empresa, es el ADN, su capacidad creativa, es el modo de hacer las cosas, es la misión, la visión y valores de la empresa. Todos estos elementos le dan un capital identificador ante sus públicos.

*¿Qué hace? es la Acción*, es la forma que actúa la empresa y esa forma de actuar debe ir guiada por la misión y visión que se ha impuesto. También la acción se ve reflejada en el sector en la cual la empresa actúa y desarrolla sus funciones y objetivos, en este caso en el campo gubernamental.

*¿El Cómo?* está conectado con la cultura de la organización, la cual es única e irrepetible, porque cada empresa tiene su forma muy particular del cómo hacer sus cosas, por ejemplo el cómo ofrece sus servicios; el trato con el público se inicia dentro de la institución con sus públicos internos y se refleja en cómo éstos actúan, ante los públicos externos.

La acción es inseparable de la comunicación, cuando ambas se fusionan y logran articularse con la cultura se hacen un todo en las manifestaciones internas y externas de la organización. “La comunicación es el flujo que conecta a todos los elementos en el interior de la organización y luego trasciende a su entorno” (Costa J. , El Dircom de hoy, 2010).

Dentro de toda esta cadena de relaciones, es también importante el mensajero (vocero) y su mensaje, que debe ser claro, conciso, para lograr el objetivo de comunicar a sus grupos de interés. A decir, de Costa es el “cualificador y amplificador de la identidad y de la cultura corporativa”.

*¿Qué es para mí?* Es la Identidad, es decir, de todos los elementos que intervienen en el paradigma del siglo XXI, la explicación principal del concepto de imagen es el resultado de

cómo la empresa actúa y cómo el público lo interpreta. “Las percepciones y experiencias definen mi imagen tal cual yo, público externo, la imagino”. (Costa J. , El Dircom de hoy, 2010). De modo, que un producto, una marca es un conjunto de hechos y mensajes que la empresa envía a su entorno social, por lo tanto los público reconocen a la empresa no porque ella es, sino por lo que hace y según la interpretación subjetiva de los individuos.

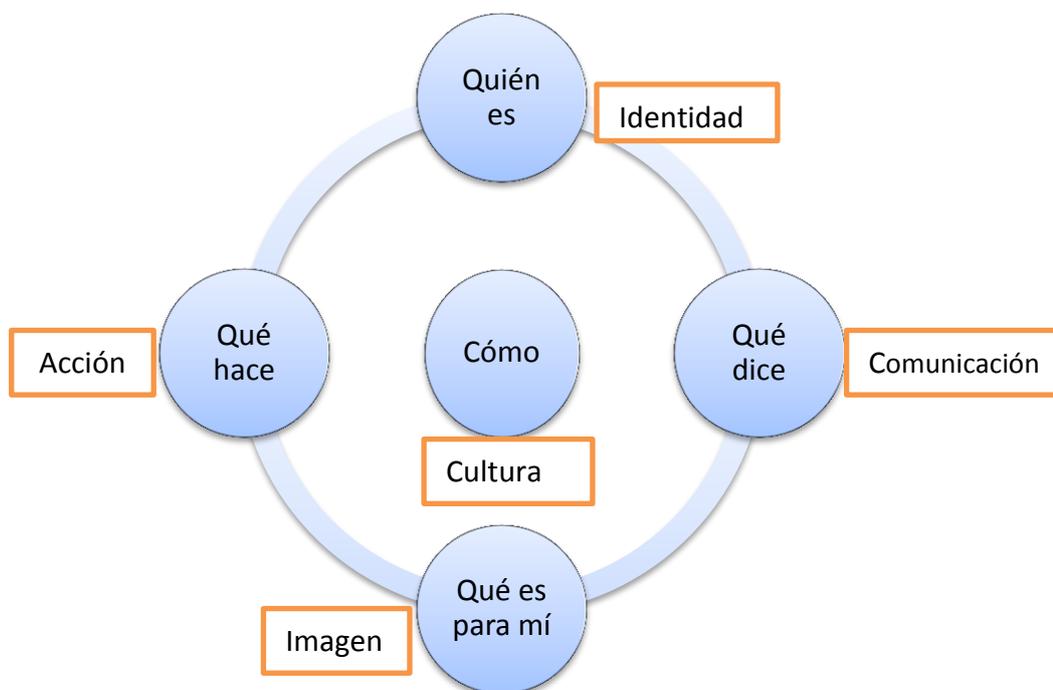


Figura 1. El Paradigma del siglo XXI  
 Fuente: (Costa J. , El Dircom de hoy, 2010).

### 1.6.1 El Dircom y su papel en los ámbitos de la comunicación.

Si bien el término Dircom no es nuevo, en nuestro medio aún no es reconocido, sin embargo cabe señalar que empresas públicas, están dando espacio a este término. Costa, menciona tres esferas de la comunicación: Institucional, mercadológica y organizacional para establecer las estrategias y los planes de comunicación.

Aunque estas esferas no se acoplan a la realidad de la Administración Pública, podemos tomar como ejemplo en el caso del Dircom que se puede comparar con el trabajo que realizan los comunicadores de cada institución, si bien no ocupan el rango de Dircom es el responsable de las relaciones, imagen y desarrollo corporativo, trabajan a lado de los altos funcionarios. Dircom está en la cima de la organización a lado de la presidencia o alta gerencia, en caso particular de la institución en estudio, la Comunicación ejerce su función como ente asesor.



Figura 2. Organigrama funcional de Comunicación Senplades  
Fuente: Senplades

En cuanto a la institución en estudio, para una mejor gestión comunicacional está dividida en varias áreas o bloques temáticos: Contenidos, Comunicación Interna y Relaciones Públicas. Del primer bloque, trabaja en conjunto: redacción o escritos, audiovisuales, redes sociales, web y monitoreo. El segundo bloque corresponde a Comunicación interna, que está cargo de un responsable de manejar la comunicación con los públicos internos y con las Unidades de Comunicación a nivel de las zonas. Luego está Relaciones Públicas, como un eje importante para la planificación y la organización de eventos, el departamento de diseño para la elaboración de insumos comunicacionales y el relacionamiento con medios. Todas estas áreas sirven de apoyo a las Unidades de Comunicación de los territorios.

### **1.6.2 Dificultades en la Comunicación.**

La dificultad más común que se observa en el sector público es el siguiente:

- ✓ Falta de *descentralización de la información*, la acción de los comunicadores a nivel de territorio, es decir su capacidad de generar información desde su ámbito jurisdiccional, aún no es ejercida en un cien por ciento, así como la vocería de las

autoridades a nivel local se ve limitada, porque desde matriz no hay la autorización para que lo hagan, en especial en temas de orden político coyuntural.

- ✓ Desconocimiento del funcionamiento de la organización y sus áreas de acción. Este es responsabilidad plena de cada comunicador quien debe conocer desde dentro hacia fuera, como funciona la entidad a su cargo.
- ✓ Hay dificultad en conseguir la información o la información no es compartida y socializada entre los miembros de la institución.
- ✓ Uso de un lenguaje poco comprensible, el lenguaje es muy técnico.

Todos estos puntos son observaciones generales en el entorno público de las organizaciones de la Zona. Sin embargo, en el plano de Senplades Zona 8, estas falencias han sido superadas a través de descentralización de la información, si bien existe un ente principal orientador general de la comunicación como es matriz, cada Unidad de Comunicación tiene su independencia, su libertad de gestionar la comunicación desde su territorio; los voceros tienen la autonomía de ejercer vocerías con los públicos de su jurisdicción. Subsecretaría y Direcciones comparten la información con la Unidad de Comunicación garantizando que se informe oportunamente, y de forma clara a sus públicos de interés.

### ***1.6.3 La Auditoría y la relación con el Plan de Comunicación.***

La Auditoría de la Comunicación y el plan de comunicación están estrechamente ligados, uno del otro, ya que para lograr una gestión estratégica de la organización, hay que aplicar una auditoría que analice las potencialidades y debilidades en la comunicación interna y externa. Una vez realizado el diagnóstico, en datos cuantitativos y cualitativos, que evalúa con exactitud cómo se encuentra la empresa o institución, el próximo paso será la de realizar un plan comunicacional, donde se incluye todos los elementos a trabajar.

La Comunicación estratégica es la que aborda el plan de comunicación, algunos autores sugieren que ese plan debe elaborarse desde la alta dirección, y se debe compartir con todos los públicos internos de la institución para que trabajen en equipo en el logro de los objetivos institucionales. Es decir el plan debe tener una “perspectiva global y transversal”.

Un plan de comunicación “recoge las políticas, objetivos, públicos, estrategias, recursos, y acciones de comunicación de una organización. Contar con un plan organiza los procesos de comunicación y guían el trabajo comunicativo”. (España, 2006).

El plan debe tener objetivos claros a ser cumplidos en un margen de tiempo, presupuesto e indicadores que permitan medir lo que se plantea en el plan de comunicación.

#### **1.6.4 El análisis del entorno.**

Ninguna auditoría de la comunicación y diagnóstico se podrá realizar sin el análisis del entorno organizacional, es decir aquellas fuerzas que inciden en la comunicación. Conocer el entorno que rodea a la institución es clave para aplicar la estrategia institucional. Aunque su análisis es amplio se concentra en tres contextos: local, social y organizacional. Como lo veremos en los próximos capítulos. (Navarro, 2011).

*El contexto local*, es el conocimiento de la localidad, en el caso de la institución en estudio, se analizan los cantones de Guayaquil, Durán y Samborombón, los actores políticos, institucionales y medios de comunicación que intervienen en este espacio.

*El contexto social*, se refiere principalmente a la opinión que tienen los públicos escogidos en el presente análisis sobre la institución e incluso se incluye a la ciudadanía.

Finalmente en *contexto organizacional*, que se centra en el estudio y análisis de la institución pública, este análisis concentra aspectos propios de toda la organización. Esta información son pautas sustanciales para la auditoría de la comunicación y posterior, elaboración del plan de comunicación.

En resumen en este primer capítulo hemos estudiado los orígenes de la auditoría, los principales estudiosos del tema, conceptos e importancia y luego las herramientas a utilizar para efectuar la auditoría, con una explicación de cómo el auditor puede guiarse para escoger la herramienta más adecuada para su trabajo.

En todo el proceso explicativo de la parte teórica se ha escogido los temas y autores que sugieren cómo llevar a efecto el trabajo del auditor; también se hace referencia a la auditoría dirigida en especial a las instituciones públicas que difieren del trabajo de las empresas u organizaciones con fines de lucro. En las empresas públicas el objetivo organizacional es servir a la ciudadanía y ser un puente entre el gobierno y los ciudadanos.

Otro elemento importante es el análisis que se hace con respecto al funcionamiento de la comunicación dentro de la organización. Está el Dircom, y su papel como gestor de la comunicación, los canales de comunicación, es decir se realiza todo un estudio del ADN de la institución, sustentada en conceptos de autores, entre sus principales Joan Costa y comparadas con la realidad que acontece con la institución.

Se trata de un capítulo conciso y muy explicativo, con respecto al accionar del auditor en la primera etapa de trabajo que sirve de orientación para culminar con éxito su objetivo.

## **CAPITULO II**

### **PRESENTACION Y ESTRUCTURA DE LA ZONA 8 DE SENPLADES**

## 2. Historia

“La planificación del desarrollo es fundamental para diseñar visión estratégica, de futuro, del país. Este Gobierno ha tenido el acierto de reconstruir la planificación y recuperar el derruido Estado, herencia del neoliberalismo”.

*Fander Falconí*

La planificación del país a nivel gubernamental se inició en el año 1954 cuando, el entonces presidente del Ecuador, Dr. José María Velasco Ibarra, mediante Decreto Ley de Emergencia número 19, del 28 de mayo de 1954 (Quevedo, 2014) creó la Junta Nacional de Planificación y Coordinación Económica (Junapla), entidad que se encargó de realizar planes de desarrollo sectoriales y el Plan Decenal de Desarrollo de 1964 y 1973, y después otros gobiernos recurrieron a la Junapla para elaborar sus planes de Desarrollo.

Posteriormente en 1979, pasó a llamarse Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE), entidad a la que se unieron el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el Fondo Nacional de Pre inversión, y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Casi dos décadas después, Alberto Dahik, Vicepresidente de la República anuncia que el CONADE será transformado en Ministerio de Planificación, por ser una institución que no “ha respondido a la realidad del país”. (El Comercio, 1994).

Para 1994, Galo Abril, Secretario de Planificación, informa el fin del CONADE, aduciendo que los planes de desarrollo no han sido ejecutados por los gobiernos de turno y no ha habido coordinación entre Ejecutivo y Vicepresidencia (Diario Hoy, 1994).

Con el fin de ésta entidad se da paso a la creación del Consejo Nacional de Modernización del Estado CONAM, a través del cual se da impulso a la privatización de las entidades públicas. (Senplades, 2007-2009).

En 1998 se crea la Oficina de Planificación (ODEPLAN), como dependencia de la Presidencia de la República (Senplades, 2014), entre las novedades de esta entidad es que mediante decreto ejecutivo para 2003 se encarga el manejo de la Planificación Nacional, al Vicepresidente de la República el Dr. Alfredo Palacio (La Hora, 2003).

Un año después, en el Gobierno de Lucio Gutiérrez, mediante Decreto Ejecutivo No 1372 se creó la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo mediante la fusión de Odeplan y la Secretaría de Diálogo Social y Planificación, como organismo técnico responsable de la planificación nacional, siendo su primera Secretaria, Pubenza Fuentes Flores (Senplades, 2004, pág. 3).

Ya para el año 2007 con el triunfo de Rafael Correa, la Secretaría Nacional recupera la función planificadora del estado, la cual refuerza una visión integral de desarrollo del país, que privilegia el desarrollo humano, la recuperación de la acción pública y el Buen Vivir de todas y todos los ecuatorianos.

## **2.1 Plan Nacional para el Buen Vivir y su importancia en la Planificación Nacional.**

Luego de la aprobación de la Constitución en el año 2008, el Plan Nacional del Buen Vivir se convierte en el referente más importante de planificación, que marca la ruta de cambios para el desarrollo del país. Siendo un documento de consulta y aplicabilidad obligatorio para el sector público e indicativo para el sector privado. (Art. 280 de la Constitución).

Es la primera vez que un Gobierno Nacional da importancia a la planificación. Durante el periodo presidencial de Rafael Correa se han elaborado tres Planes: 2007-2009, 2009-2013, 2013-2017. (Buen Vivir, 2013).

En el primer documento denominado Plan Nacional de Desarrollo se rompe con el modelo neoliberal imperante en el país, se recupera las facultades estatales y se da énfasis a la planificación por objetivos. El segundo, articula contenidos de la nueva Constitución. El plan, al que se llamó del Buen Vivir plantea una planificación con visión de largo plazo, rescate de los derechos, la planificación del estado y planificación del territorio, contemplado en la Constitución del 2008.

El tercero, incluye ejes para consolidar el proceso de la Revolución Ciudadana, da una importancia a la transformación económica y productiva del país a través de la Transformación de la Matriz Productiva, destaca como elementos para la erradicación de la pobreza, la planificación territorial y microplanificación, y el estado en el territorio. (documento institucional). Además plantea la equidad y las revoluciones en las áreas: cultural, urbana, agraria, y del conocimiento.

### ***2.1.1 Actores de la planificación Descentralizada y participativa.***

Los actores claves de la planificación descentralizada y participativa es en primera instancia el Consejo Nacional de Planificación, está integrado por: El Presidente de la República, representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, 7 delegados de la Función Ejecutiva, El Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo, El presidente el Concejo de

Educación Superior, y delegados elegidos en la Asamblea Ciudadana Plurinacional e Intercultural para el Buen Vivir.

Cabe mencionar que el Consejo de Planificación es el responsable de aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, o del Buen Vivir. (Finanzas M. d., 2010).

Después del Consejo Nacional de Planificación está el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SNDPP), *es un conjunto de procesos, entidades e instrumentos que interactúan con diferentes actores para poner en marcha la planificación en todos los niveles de Gobierno*. Lo conforman además de los actores mencionados anteriormente. Consejos Sectoriales de la Política Pública de la función Ejecutiva, Consejo Nacionales de la Igualdad, Consejos de Participación de los GAD, entre otros. (Senplades, Plan Nacionales del Buen Vivir, 213).

### **2.1.2 Sistema Nacional Planificación Participativa.**

Para entender cómo se articula el Sistema Nacional de Planificación Participativa es importante no solo identificar a los actores, sino comprender, los contenidos de las herramientas que interactúan en el proceso de la planificación nacional y local, todos estos elementos debe actuar en correlación y ser cumplidas para garantizar una efectiva planificación que conlleve a consolidar la Revolución Ciudadana.

En la auditoría de la comunicación se implementa como fuente de investigación, el nivel de conocimiento y utilización del Plan Nacional para el Buen Vivir, Agendas Zonales, en la planificación institucional de las entidades del ejecutivo y elaboración de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por parte de los GAD. La comprensión de éstos instrumentos de la planificación -por parte de los públicos- son importantes para cumplir con los objetivos nacionales.



Figura: 3 Cuadro explicativo del Sistema Nacional de Planificación Participativa  
Fuente: (Senplades, Plan Nacional 2013-2017, 2013).

## 2.2 Misión, Visión de la institución.

Tabla 2. Misión, Visión de la institución

Misión	Visión	Valores
<p>Administrar y coordinar el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa para el desarrollo integral del país a nivel sectorial y territorial.</p> <p>Orientar la inversión pública y promover la transformación del Estado con Participación Ciudadana</p>	<p>Ser el referente latinoamericano en planificación, visionando el Ecuador del futuro para las y los ecuatorianos</p>	<p>Lealtad y compromiso.</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Honestidad y transparencia</p> <p>Eficiencia y eficacia</p> <p>Actitud de servicio</p> <p>Calidez y buen trato</p>

Fuente: (Senplades, Secretaria Nacional de Planificación, 2010)

### **2.2.1 Objetivos Organizacionales.**

- ✓ Impulsar el desarrollo integral del país sobre la base de los principios de integración, participación, descentralización, desconcentración, transparencia y eficiencia.
- ✓ Promover la desconcentración y descentralización de la gestión pública, a través de las Subsecretarías Zonales de Planificación.
- ✓ Promover el fortalecimiento de la gestión de las instituciones adscritas a la SENPLADES.
- ✓ Propender a la transformación de las empresas públicas dentro del patrón de especialización de la economía, a fin de llegar a la sustitución selectiva de importaciones para el buen vivir.
- ✓ Coordinar acciones con las distintas Instituciones del Estado para el cumplimiento de las Metas y Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo.
- ✓ Proveer a los actores sociales, información sistematizada, pertinente y confiable sobre aspectos relevantes de la realidad nacional, de estudios e investigaciones que contribuyan a mejorar la formulación de políticas públicas y propuestas del régimen del buen vivir.
- ✓ Garantizar capacitación, metodologías y herramientas para la participación ciudadana en la elaboración de planes, programas, proyectos y propuestas de reforma institucional, ordenamiento territorial, inversión pública, planificación, seguimiento y evaluación de inversión.
- ✓ Lograr una gestión pública transparente y eficiente que impulse el buen vivir.

Fuente: Web Senplades

### **2.2.2 Organigrama General de Senplades.**

En los gráficos subsiguientes se muestran dos estructuras, uno del organigrama general de Senplades y otro de las 9 zonas desconcentradas de planificación que ejecutan sus actividades acorde a sus provincias y cantones de su competencia.

# Organigrama Institucional de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES

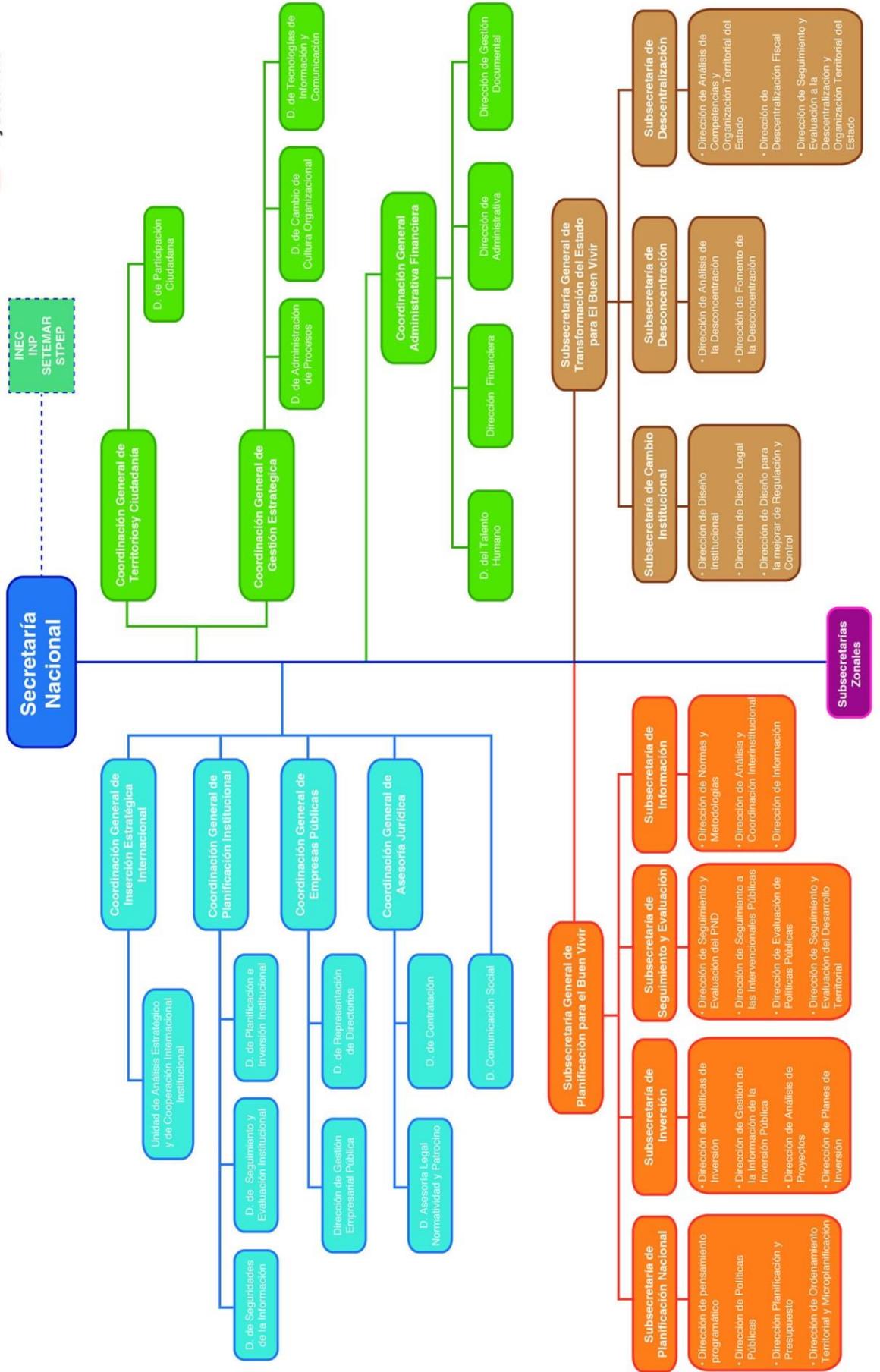


Figura 4: Muestra del organigrama general de la institución

Fuente: (Senplades, Secretaría Nacional de Planificación, 2013)

### 2.2.3 Estructura Orgánica Subsecretarías Zonales de Planificación

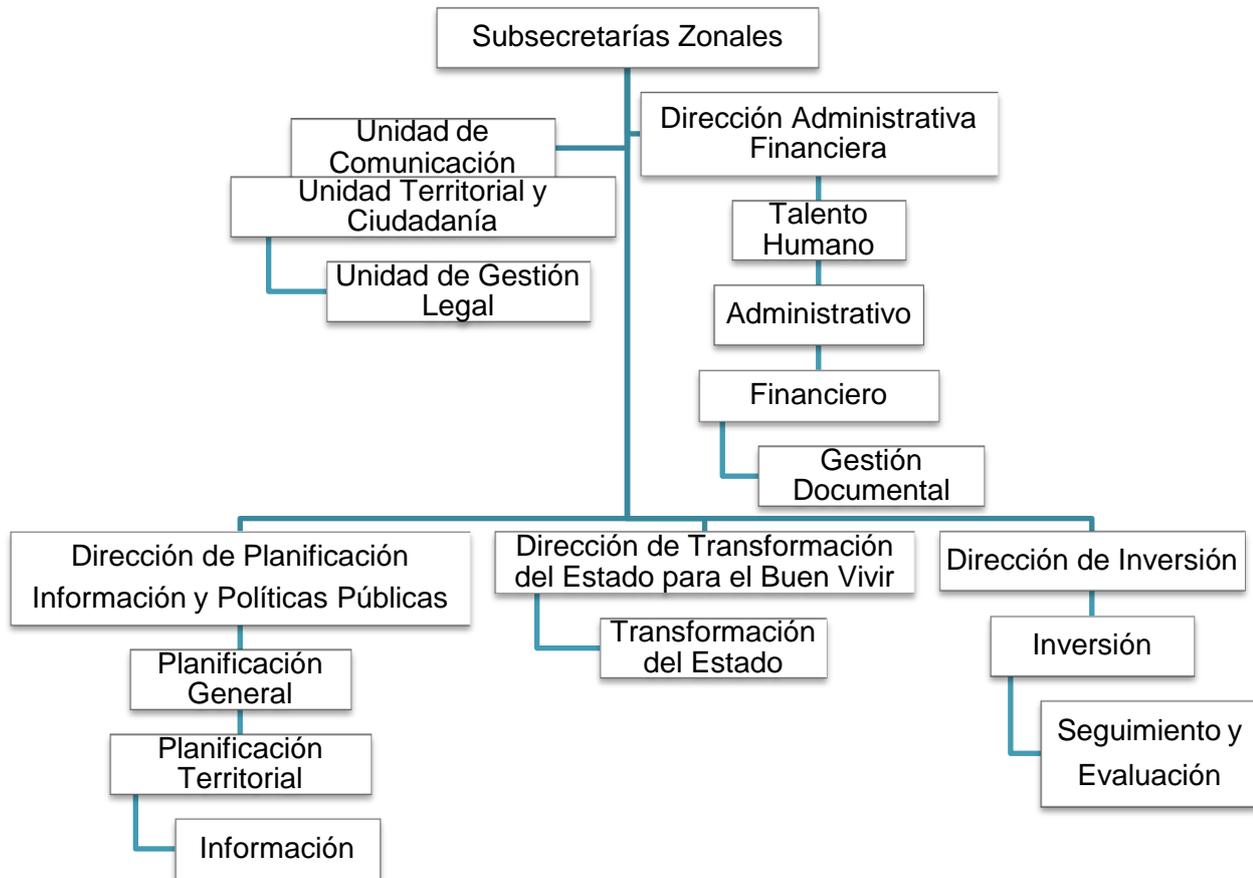


Figura 5. Estructura Orgánica Subsecretaria Zonal 8

Fuente: (Senplades)

### 2.3 La Subsecretaría.

En el presente capítulo se estudiará solo la Zona 8 que compete (Guayaquil, Durán y Samborondón). La estructuración de zonas de planificación del país se inicia con el decreto ejecutivo No 878 del 18 de enero del 2008, que crea 7 zonas de planificación en el país, ésta se dio con el objetivo de “mejorar la coordinación y eficiencia del trabajo de todos los ministerios e instituciones públicas, cuyas áreas de influencia para su trabajo no siempre coincidían”, (Senplades, Agenda Zonal para el Buen Vivir Zona 8, 2012), por ejemplo, el servidor público que estaba en Guayas, ejecutaba servicios en la provincia de Bolívar, debía recorrer grandes distancias territoriales para cumplir con su trabajo generando desgaste de recursos. Además, antes de la organización territorial en Zonas, distritos y circuitos, la institucionalidad pública tenía una cobertura desordena entre una provincia a otro; a modo de ejemplo, cuando se presentó el fenómeno del Niño en la costa, se agrupó al COE

(Comité de Operaciones Emergentes), para prestar ayuda a los afectados, pero las algunas entidades no podían colaborar porque manifestaban que sus áreas de acción no llegaban a cubrir ciertos lugares, retrasando la acción del gobierno.

Luego en el año 2010 a través del decreto No 357 se crearon las zonas de planificación 8 y 9. La 8 corresponde a los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón, y la 9 al Distrito Metropolitano de Quito. De esta forma la Zona 5, que antes del decreto cubría las provincia de Guayas, Santa Elena, Los Ríos, Bolívar y Galápagos, se separa la Zona 8 (con competencia en los tres cantones antes mencionados), cuyas características especiales, dimensión poblacional, relevancia económica y escenario político determinante, (Senplades, Agenda Zonal para el Buen Vivir, 2012) requerían una atención exclusiva del sector público.

### **2.3.1 Zonas de Planificación y área de competencia.**

Tabla 3. Decretos de creación de Zonas

<b>Zonas</b>	<b>Áreas que cubren</b>	
Zona 1	Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Sucumbíos	<b>Decreto 278</b>
Zona 2	Pichincha(excepto Quito), Napo y Orellana	
Zona 3	Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza	
Zona 4	Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas	
Zona 5	Guayas (excepto Guayaquil, Durán y Samborondón), Los Ríos, Santa Elena, Bolívar y Galápagos	
Zona 6	Azuay, Cañar y Morona Santiago	
Zona 7	El Oro, Loja, Zamora Chinchipe	
Zona 8	Guayaquil, Durán y Samborondón	<b>Decreto 357</b>
Zona 9	Distrito Metropolitano de Quito	

Fuente: (Senplades, Agenda Zonal, 2012)

## **2.4 El Subsecretario y Direcciones Departamentales.**

### **2.4.1 El Subsecretario.**

La Zona 8 de Senplades desde su creación en el año 2007 ha tenido las siguientes autoridades que han estado al frente de la Subsecretaría:

- ✓ María Luisa Velásquez
- ✓ Eduardo Iturralde
- ✓ Jaime Roca
- ✓ Romina Arteaga

Según el Registro Oficial No 27 del 22 de enero del 2014, las funciones más importantes del o la Subsecretaria/o están determinadas de la siguiente manera:

- Organizar el Sistema Zonal de Planificación articulado al Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa.
- Planificar, coordinar y priorizar, con organismos gubernamentales, Gobiernos Autónomos Descentralizados y ciudadanía la formulación de la Agenda Zonal de Desarrollo, así como los planes, programas y proyectos que permitan cumplir los objetivos y metas del Plan Nacional de Desarrollo.
- Fortalecer la Institucionalidad Zonal, en materia de información, planificación, inversión pública, seguimiento y evaluación a través de asesoría y capacitación.
- Coordinar el ordenamiento territorial en la zona, de acuerdo a los insumos metodológicos y tecnológicos aprobados por el Consejo Nacional de Planificación.
- Coordinar y Asesorar los Planes de Desarrollo y ordenamiento territorial, Planes operativos anuales y otros dispuestos por el Secretario Nacional a Organismos Gubernamentales, gobiernos autónomos descentralizados y empresas públicas.
- Coordinar, asesorar, articular, y supervisar en la zona el Proceso de Transformación del estado para el Buen Vivir.
- Promover la incorporación de la información territorial en el SNI y el Subsistema Zonal de Información.

#### **2.4.2 Dirección de Transformación del Estado.**

- Gestionar el seguimiento a la implementación de la presencia territorial del Estado para las diferentes instituciones del ejecutivo.
- Promover actividades de difusión y socialización de la nueva presencia territorial del Estado por parte de cada sector en el territorio.
- Reorganizar a la institucionalidad pública en el territorio
- Gestionar el seguimiento a los acuerdos y compromisos generados en el Gabinete Zonal.
- Formular informes técnicos, elaborados en conjunto con los ministerios sectoriales y secretarías nacionales desconcentradas que permitan la transferencia de competencias y la implementación desconcentrada y descentralizada de su descentralización.
- Proponer los criterios territoriales para la formulación de manuales metodológicos y guías de procedimiento, para la implementación de la presencia territorial del Estado; así como también la propuesta de sedes ubicadas de manera equitativa en el territorio.

#### **2.4.3 Dirección de Planificación, Información y Políticas Públicas.**

- Coordinar el Sistema territorial de Información articulada al Sistema Nacional de Información (SNI).
- Coordinar el impulso de la Agenda Zonal de Desarrollo vinculada a la estrategia territorial nacional y al Plan Nacional.
- Proponer criterios zonales para la formulación y articulación de los procesos de planificación territorial de todos los niveles de gobierno con el Plan Nacional de Desarrollo.
- Proponer criterios del territorio que permitan articular la planificación territorial con la planificación nacional y su presupuesto.
- Acompañar y coordinar al proceso de planificación territorial sectorial a las autoridades de gobierno dependiente y autónomos descentralizados.
- Diseñar planes de capacitación y asistencia técnica a entidades del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa.
- Gestionar el diagnóstico integral del territorio y de los procesos de Gestión del de la Información Sectorial.

#### **2.4.4 Dirección de Inversión, Seguimiento y evaluación.**

- Dar asistencia técnica y capacitación a los funcionarios de las entidades del sector público para en proyectos de inversión pública.
- Determinar la prioridad de los programas y proyectos de inversión pública.
- Emitir dictámenes de modificaciones presupuestarias, de los programas y proyectos de inversión pública, de cooperación no reembolsable.
- Diseñar un plan de capacitación y asesoría técnica a las entidades del sector público para el manejo del Sistema de Inversión Pública (SIP), además del sistema de inversión pública y generación de un inventario nacional de programas y proyectos.

#### **2.4.5 Unidades habilitantes de Asesoría.**

En cada zonal existen 3 unidades que funcionan como entes de asesoría, tales como: Unidad de Comunicación, Unidad de Gestión Legal y Unidad de Territorios y Ciudadanía. En la siguiente información solo se referirá al área de estudio que comprende la tesis, la comunicacional.

#### **2.4.6 Unidad de Comunicación.**

En las 9 zonas de planificación existe una Unidad de Comunicación en algunas zonas está integrada por 1 o 2 personas, con título de Licenciado en Comunicación y amplia experiencia en el área. La misión de la Unidad de Comunicación, como lo establece el estatuto orgánico, es coordinar la difusión de la gestión y logros de la institución en el territorio, a través de los diversos medios y canales de comunicación que sirvan como referencia para la rendición de cuentas. Dentro de sus actividades el responsable de comunicación deberá trabajar los siguientes productos o servicios:

- Plan Estratégico de Comunicación e información.
- Estrategias de Comunicación que involucren a entidades del régimen dependiente y de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, así como a la ciudadanía.
- Plan de Promoción y difusión de los logros y acciones institucionales.
- Boletines de prensa, artículos, avisos, trípticos, folletos, imágenes audiovisuales, memorias, afiches.
- Banco de videos y textos de la gestión institucional
- Archivo fotográfico digital
- Memoria gráfica, auditiva y visual de la gestión institucional

- Informes de análisis de información difundido por los medios de comunicación y opinión pública.

## **2.5 Canales de Comunicación Interna.**

- Boletines internos, que se publican a través del canal de comunicación interna, manejado por matriz. Cada zonal utiliza este canal para informar a todos los públicos internos sobre las actividades que ejecuta la zonal.
- Comunicados o tarjetas virtuales que informan de los cumpleaños y actividades que realiza la zona.
- Reuniones de trabajo de los días lunes, que se convoca desde matriz y bajo la dirección del Secretario Nacional, participan de la cita los subsecretarios y directores de las zonales; las convocatorias varían de acuerdo al tema a tratar.  
A nivel de matriz participan la directora de comunicación y asesoría de comunicación.
- De igual forma, a nivel zonal la comunicación es directa (cara a cara) para tratar temas de interés común, en especial cuando se planifica eventos y actividades que involucran el relacionamiento con público externos.
- Ayudas memorias de actividades y reuniones a los que acuden los técnicos delegados por el Subsecretario/a.

### **2.5.1 Canales de comunicación Externa.**

- Boletines de Prensa para difundir los logros institucionales y actividades que ejecuta la Zona.
- Entrevistas y agendas de medios con los voceros institucionales
- Organización de eventos: foros, talleres, reuniones, visitas a territorio, ferias ciudadanas.
- Difusión de las actividades comunicacionales a través del portal web y por redes sociales.
- Difusión de actividades comunicacionales a través del noticiero institucional “Buen Vivir”.

## **2.6 Ejes temáticos para la comunicación en la Zona.**

En concordancia con los objetivos nacionales, y a través de un taller con todos los públicos internos de la institución se acordó trabajar con los siguientes ejes contemplados en el Plan Nacional para el Buen Vivir y en los objetivos del Gobierno Nacional:

- 1.- Erradicación de la Pobreza
- 2.- Planificación Territorial y prospectiva
- 3.- Inserción Internacional
- 4.- Matriz Productiva
- 5.- transformación del Estado y las relaciones de poder

En el presente capítulo hemos presentado el funcionamiento de Senplades desde los orígenes de la planificación, y como ha ido evolucionando y transformando el estado, respaldada en la ley suprema de la Constitución y sus herramientas claves como el Plan Nacional para el Buen Vivir y el Sistema Nacional de Planificación Participativa, donde se integra el conjunto de personas que trabajan en la Secretaría de Planificación, agrupada en los organigramas, cada uno cumple una función específica, da vida y acción a las direcciones que trabajan en equipo para hacer realidad la planificación. Luego se presenta cómo funciona la Zonal 8, a través de las Direcciones. Una desagregación más específica se da con el funcionamiento de la comunicación interna y externa, a través de los canales de comunicación, que permiten interrelacionarse con los públicos en estudio.

Así también se muestra (ver cuadro) el Foda de la institución, el cual analiza las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que evidencian la situación actual de la institución y sin duda es una herramienta oportuna para el diagnóstico general, de lo que acontece en el entorno de la organización.

## 2.7 Foda institucional

Tabla 4. Foda institucional

A M B I T O  I N T E R N O	FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena imagen institucional con los públicos.</li> <li>- Zona con una alta presencia de medios de comunicación.</li> <li>- Institución con alto perfil de importancia y referencia en la Zona 8.</li> <li>- Alta presencia de Institucionalidad Pública.</li> <li>- Infraestructura que permite trabajar funcionalmente.</li> <li>- Personal comprometido con la mística de trabajo.</li> <li>- Técnicos de mucha capacidad y experiencia.</li> <li>- Trabajo en equipo, visión compartida y comprometida.</li> <li>- Conocimiento de la Zona y de sus actores.</li> <li>- Apoyo de la Subsecretaría en temas comunicacionales.</li> </ul>
	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de personal técnico en ciertos Departamentos.</li> <li>- Mejorar la comunicación de matriz con zonales.</li> <li>- Mayor presencia de la autoridad nacional y sus voceros en actividades de la zona.</li> <li>- Falta de implementos comunicacionales para realizar el trabajo.</li> <li>- Mayor organización de eventos para lograr acercamientos con diversos públicos.</li> <li>- Inexistencia de campañas publicitarias en medios locales sobre la institución.</li> <li>- Baja cobertura de medios de comunicación en la Zona.</li> </ul>
A M B I T O  E X T E R N O	OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidelidad y confianza de la institucionalidad pública y del gobierno a la institución.</li> <li>- Generadora de información de planificación de alto nivel que ayuda a la toma de decisiones a nivel de Gobierno.</li> <li>- Comunicadores de la Zona catalogan a Senplades Zona 8 entre las primeras instituciones (puesto 3) en preferencias de coberturas.</li> <li>- Coordinación articulada, entre los diversos actores del sector público y GAD, que permiten una planificación territorial más integral.</li> <li>- Buen perfil y liderazgo de la Subsecretaría con los públicos.</li> </ul>
	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La diversidad de temáticas confunde a los públicos, que no permite identificar el rol planificador de la institución.</li> <li>- Presencia mayoritaria de medios opositores al gobierno en la zona.</li> <li>- Líderes políticos de los (Gobiernos Autónomos Descentralizados), que no son afines con el gobierno, lo cual no permite cumplir con la planificación de los ejes contemplados en el Plan Nacional del Buen Vivir en la Zona.</li> <li>- Falta de posicionamiento de Senplades con la ciudadanía.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**CAPITULO III**  
**ESTUDIO DE PÚBLICOS DE LA ZONA 8**

### 3. Qué son los públicos

Los públicos surgen del proceso de interacción mutua entre las personas y las organización, la vinculación de éstos con la empresa marcará la forma en que se relacionarán y actuarán (Capriotti, 2013).

El concepto de públicos es amplio, según varios autores. A continuación se menciona a los conceptos más aproximados al objeto en estudio. “Los Públicos son repertorios colectivos con los que la empresa se comunica para ejecutar su estrategia de comunicación e imagen corporativa”. (Slideshare, 2009). Son grupos sociales que tienen algún tipo de interés similar entre ellos con respecto a una organización y que pueden influir en el éxito o fracaso de la misma (Capriotti). Varían en función de las características de cada empresa. (Beltrán, 2009).

Toda empresa tanto pública o privada se relaciona con diversos públicos y estos se vuelven más importantes o menos importantes, al momento de cumplir con sus objetivos organizacionales. El poder identificarlos y clasificarlos adecuadamente, garantizará la construcción de una comunicación única y diferente para cada público (Rodríguez O. , 2011).

También cada público ejerce poder ante los intereses de la organización o viceversa, por lo que su interacción con la organización puede en algún momento reportar problemas. “*Ellos tienen sus propias expectativas y a veces no son correspondidas o tomadas en cuenta por la organización*”. (Ferrari D. M., 2012).

La Auditoría de la Comunicación centra la mayor parte de su trabajo en la investigación de éstos públicos, quienes se convierten en los principales analistas y medidores de la eficacia de la comunicación institucional. Sus opiniones y actitudes son indicadores que revelan cómo está actuando la institución, en base a contactos y experiencias vividas entre el trato y actuar de la institución con sus públicos.

Para Joan Costa “*los públicos que aportan información crítica son los que tienen relaciones o implicaciones, por lo tanto experiencia personales con la empresa*”. (Costa J. , El Dircom de hoy, 2010). Así la Auditoría recoge material sensible y diverso, tanto como la diversidad de los públicos consultados.

#### 3.1. El Mapa de Públicos.

Para Joan Costa el mapa de públicos no es otra cosa que aquellos *actores internos, intermedios y externos a la institución*. A esta masa de personas se los clasifica por orden

de importancia, dando como resultado un mapa que ubica a los públicos entre más poderosos e influyentes y menos importantes, pese a ello no dejan de ser de gran valor para la institución se constituye en el patrimonio de la empresa, sobre la cual gira la vida de la misma.

*“El mapa de públicos implica la jerarquización de éstos según la importancia estratégica que tienen para la empresa”.* También se los puede ubicar según el grado de Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn) y éste vendrá cuantificado por las variables de configuración. Estas variables genéricas según Villafañe, pueden ser, aplicando a la institución en estudio, los siguientes puntos.

- Importancia estratégica para la institución
- Influencia en la Opinión Pública
- Difusión de la imagen
- Integridad con el entorno
- Fortalecimiento de la identidad corporativa

Resulta importante para un comunicador saber identificar a estos públicos para tomar decisiones en cada una de sus estrategias de comunicación planteadas en beneficio de la institución.

### **3.1.1 Públicos de la Zona 8.**



Figura 6. Cuadro de públicos de Zona 8

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.2 Valoración de los públicos según el Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn).

Luego de enlistar los públicos estratégicos que pertenecen a la zona 8 es importante recurrir a su valoración a través del método de Coeficiente de comunicación necesaria (Cn), la cual mide la importancia de los públicos en una escala del 0 al 5 en base a las variables mencionadas anteriormente.

El Cn indicará la cantidad de información que cada público necesita de acuerdo a la importancia que tienen para la institución, eso es un referente importante y orientador para el DIRCOM o encargado de la comunicación. La sumatoria del puntaje dado a cada público se divide por 5.

Tabla 5. Valoración de los públicos

Públicos	Importancia Estratégica para la Institución	Influencia en la Opinión Pública	Difusión de la imagen	Integridad con el entorno	Fortalecimiento de la Identidad Corporativa	Total	Valoración
Medios de Comunicación	5	5	5	5	0	20	4
Gobiernos Autónomos Descentralizados	5	5	5	5	0	20	4
Instituciones del Ejecutivo	5	5	5	5	0	20	4
Ciudadanos	5	5	5	5	0	20	4
Subsecretarios, Directores Departamentales y Coordinadores adscritas	5	5	5	0	5	20	4
Consejo Ciudadano Sectorial	5	4	4	5	0	18	3,60

Fuente: (Jaume U. d., 2009)

Los criterios para dar un valor a cada variable, depende del DIRCOM, encargado de la comunicación. La base principal de orientación está en la *importancia estratégica* que tiene cierto público para el logro de los objetivos de la empresa o institución.

*Influencia en la opinión pública:* Son los públicos que tienen la capacidad de incidir en la opinión de otros, de modo indirecto o como mediadores. En el caso de los públicos de la Zona 8 de Senplades están los medios de comunicación, las instituciones del ejecutivo, los Gobiernos Autónomos Descentralizados, el Consejo Ciudadano, los Asambleístas Plurinacionales e Interculturales para el Buen Vivir.

*La difusión de la imagen,* es la capacidad que tiene determinado público para generar en otros una imagen positiva o negativa de la institución, es decir que en algún momento pueden actuar como transmisores de la imagen de Senplades. En primer plano están los empleados (público interno), y principalmente los voceros institucionales. Pero hablando del público seleccionado en el Cn, están los Medios de Comunicación, cuyos mensajes o enfoque informativo puede influir en la opinión pública.

Los GAD, en especial no afines, pueden incidir negativamente con sus posiciones y las Instituciones del Ejecutivo, con quienes se trabaja de manera coordinada, de alguna manera, influyen en la imagen de la institución.

*La integración con el entorno,* evalúa la posibilidad de que algunos de los públicos favorezcan la integración de la institución con el entorno social, económico, educativo etc. Se trata de que éstos públicos actúan como un nexo o conexión entre Senplades y los colectivos al que desean llegar, ejemplo: Consejo Ciudadano de Planificación, Asamblea Plurinacional e Intercultural para el Buen Vivir, organizaciones sociales, cuerpos colegiales, etc.

*Fortalecimiento de la identidad corporativa,* analiza la influencia de los públicos internos como elementos constructores de una identidad común compartida (Jaume U. , 2009). Es decir, el papel de los órganos de decisión colectiva. Ejemplo, Subsecretarios de Zonales, Directores departamentales, Concejo de Planificación, Concejo Nacional de Competencias, Secretaría del Mar (Setemar), Secretaría para la Erradicación de la Pobreza (Setep).

En primero lugar de importancia está el Subsecretario/a Zonal, voceros principales que transmiten el mensaje de la institución y en segundo lugar están los directores departamentales, quienes a través de los talleres se relacionan directamente con los públicos del ejecutivo, también transmisores de los contenidos de la institución. En tercer lugar, están los directores de las adscritas, aunque tienen autonomía administrativa y manejan sus comunicaciones independientes, sus intervenciones con el público externo influyen en la imagen de la institución.

### 3.2 Presentación e importancia de los públicos de Senplades Zona 8.

#### 3.2.1 Gobiernos Autónomos Descentralizados de la Zona 8.

En el análisis del coeficiente de la comunicación necesaria los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), que incluyen a los Municipios, Concejos Provinciales y Juntas Parroquiales, se constituyen en un público estratégico para la institución, según el análisis comunicacional, su importancia es de 4 puntos para Senplades Zona 8.

La Constitución del Ecuador, establece que el país se gobernará de manera descentralizada, para cual se crean una serie de cuerpos legales (COOTAD, Plan de Descentralización) para poner en marcha este proceso y otorgar autonomía administrativa y financiera a los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Desde marzo del año 2012 con la aprobación del Plan de Descentralización se inicia la entrega progresiva de las competencias, acompañada de recursos, hecho histórico que rompe con la inequidad en la entrega de recursos a estos niveles de gobierno, (PNBV, 20013).

#### 3.2.2 Competencias de los GAD.

Tabla 6. Competencias de los Gad

Municipios	Concejos Provinciales	Juntas Parroquiales
Planificar, construir la vialidad urbana	Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial, que no incluya las zonas urbanas.	Planificar y mantener en coordinación con el GAD provincial la vialidad parroquial y vecinal.
Planificar, regular y controlar el tránsito, transporte y seguridad vial dentro del cantón.	Planificar, construir, operar y mantener sistemas de riego.	Fomento Productivo.
Planificación, operación y gestión del Agua Potable, Alcantarillado y gestión de desechos	Fomento Productivo.	Infraestructura, física, equipamiento y espacios públicos de la parroquia.
Preservar mantener y difundir el patrimonio, arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción.	Gestión Ambiental, defensoría del medio ambiente y la naturaleza.	Organización de recintos, comunidades, comités barriales, organizaciones ciudadanas y demás asentamiento rurales
Formación y administración de los catastros inmobiliarios urbanos rurales.		
Ejercicios de la competencia de Registro de la Propiedad.		

Fuente:COOTAD

De esta manera el Gobierno Nacional otorga a los (GAD) un rol preponderante en la construcción del Buen Vivir, en el caso de los Municipios son los responsables directos de la disminución de la pobreza en los territorios, a través de la implementación de los servicios públicos (agua potable y alcantarillado). (Tola, 2014). En el cuadro superior se detalla las competencias de cada uno de los niveles de Gobierno, según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC) la cobertura de agua potable en Guayaquil alcanzaba el 85,4%; en Samborondón 69,7% y Durán 62,8%.

En el caso de la red de alcantarillado la situación es aún más compleja, según los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2010, a nivel zonal el 59% de las viviendas estaba conectado a una red pública de alcantarillado, mientras que el 41% eliminaba sus aguas servidas de otras formas.

Realizando un desglose a nivel de cantones, las coberturas de alcantarillado en Guayaquil es del 60,6%; Samborondón, 50,40% y Durán de 42,6%. El acceso al agua potable en Guayaquil es 85,4%; Samborondón, 69,7% y Durán, 62,8%. De ahí, que para erradicar la pobreza es fundamental, no solo contar con suficientes recursos, sino voluntad política y el fortalecimiento y capacitación de gestión de los gobiernos locales, para alcanzar, en cuatro años, la meta de llegar al 95% de viviendas con acceso a red pública de agua (Senplades, Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013).

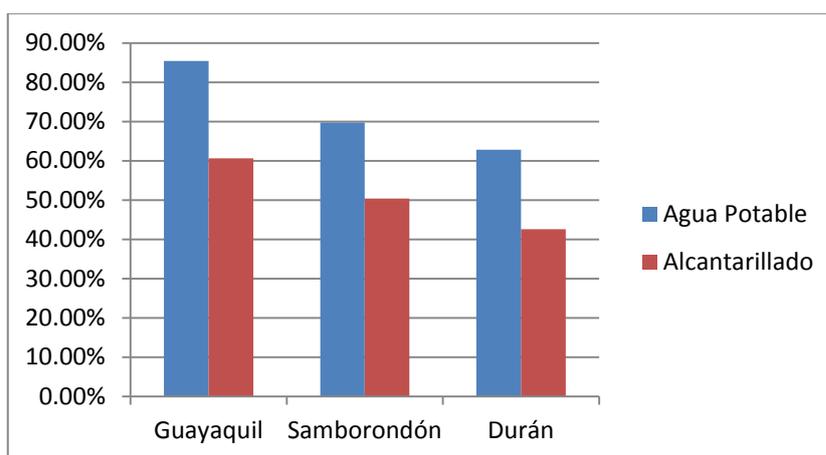


Figura 7. Servicio de Agua Potable y Alcantarillado en Zona 8

Fuente: Agua Potable y alcantarillado para erradicar la pobreza en Ecuador (Senplades, 2014)

### **3.2.3 Sobre los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.**

La importancia de este público (GAD) radica en el trabajo que desempeña la institución junto a ellos; realiza acompañamiento técnico y asesoramiento en temáticas como los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), que garanticen el buen vivir de la población.

Los planes son las directrices principales de los gobiernos autónomos descentralizados respecto de las decisiones estratégicas de desarrollo en el territorio. En otras palabras son los responsables de ordenar el espacio territorial, respecto de los asentamientos humanos, actividades económicas productivas y el manejo de los recursos naturales, en función de las cualidades territoriales. Artículo 41 y 43 (Finanzas C. d., 2010).

Esta obligatoriedad está contemplada en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y en la Constitución del Ecuador. *“Los niveles de gobierno deben planificar el desarrollo provincial, cantonal o parroquial, según el caso y formular los correspondientes Planes de Ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, provincial y parroquial.* (Constitución del Ecuador, 2008). De igual manera, el artículo 51 del Código de Planificación y Finanzas dispone que para cumplir con la entrega de recursos del Gobierno Central, a los GAD (Art 272 de la Constitución), deberán reportar anualmente a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo el cumplimiento de las metas propuestas en sus respectivos Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (Senplades, 2011).

Este reporte se realiza a través del Sistema Integrado para los Gobiernos Autónomos Descentralizados (SIGAD), es una herramienta informática que recoge datos para calcular el Índice de Cumplimiento de Metas ICM, criterio del modelo de equidad territorial para la asignación de recursos a los GAD. (Secretaría de Planificación, 2014).

Como parte del trabajo de la subsecretaría en el año 2013 se dio asistencia técnica a los 10 GAD de la zona en planes de desarrollo y ordenamiento territorial, capacitaciones en metodologías y productos de planificación.

Iván Campuzano, técnico de planificación mencionó que los GAD se han adherido a la planificación de la zona, califica como bueno el cumplimiento de los Planes de Desarrollo (PDOT), pues desde el 2012 han tenido el acompañamiento de Senplades para su elaboración. Sin embargo, con la aprobación del nuevo Plan Nacional están en proceso de actualización de dichos planes, para lo cual se ha dotado de herramientas de planificación y acompañamiento técnico en todo el proceso de elaboración. (I. Campuzano, Planes de Desarrollo a GAD, 24 de junio del 2014).

### 3.3 Mapa de poder de GAD de la Zona.

La Zona 8, con jurisdicción en los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón, está compuesta de 10 (Gobiernos Autónomos Descentralizados): 3 Alcaldes, 1 Prefecto y 6 presidentes de Juntas Parroquiales.

Tabla 7. Mapa de poder de GAD Zona 8

<b>Gobiernos Autónomos Descentralizados Zona 8</b>				
		Línea Política	Permanencia en el poder	Observación
<b>Cantón</b>	<b>Alcaldes</b>			
Guayaquil	Jaime Nebot	PSC-Madera de Guerrero	Es su cuarto periodo	Para el 2019 cumplirá 19 años en el poder
Durán	Alexandra Arce	Alianza País	Primer Periodo	Luego de años de hegemonía Social Cristiana AP gana la alcaldía de Durán
Samborondón	José Yúnez	PSC-Madera de Guerrero	Es su quinto periodo ininterrumpido	Al terminar su quinto periodo habrá cumplido 23 años como Alcalde de Samborondón.
<b>Gobierno Provincial</b>				
Guayas	Jimmy Jairala	Centro Democrático	4 años	Es su segundo periodo
<b>Juntas Parroquiales</b>				
Progreso	Luis Gonzabay Cayetano	PSC-Madera de Guerrero	Primer Periodo	Ganó al anterior que era de AP
El Morro	Jaime Francisco Aragonés	Madera de Guerrero	Segundo Periodo	Reelecto
Posorja	Jorge Banchón Adum	PSC- Madera de Guerrero	Primer Periodo	Nuevo
Puná	Joffre Barreto Crespín	Alianza País	Primer Periodo	Nuevo
Tenguel	Julio Simbala Castillo	PSC- Madera de Guerrero	Segundo Periodo	Reelecto
Tarifa	Yilda Rivera Cabagnaro	Alianza País	Primer Periodo	El anterior fue PSC-MG

Fuente: CNE e investigación propia

Por lo tanto debido a los factores expuestos este público es el que mayor vinculación tiene con la institución, por las responsabilidades y competencias que ejerce para lograr el buen vivir en la zona.

### **3.4 Entorno Política de la Zona y su influencia en la comunicación.**

Para entender la situación política y su influencia en la comunicación de Senplades Zona 8 es importante hacer un análisis del entorno en la que se desarrolla los acontecimientos desde el plano histórico, político y comunicacional.

Guayaquil es una ciudad que históricamente ha estado marcada con una intensa vida política. Por tradición, los partidos de turno se han jugado el control político de una de las ciudades más pobladas del Ecuador, donde habitan el 20% de los ecuatorianos.

Una de las fuerzas políticas más significativas del país en las últimas décadas y con fuerte influencia en la vida política de Guayaquil, ha sido el Partido Social Cristiano. Sus orígenes se remontan al año 1951, con Camilo Ponce Enríquez quien fundó, junto a un grupo de amigos católicos, el Movimiento Social Cristiano, para hacer frente a la corriente del Velasquismo. (Flacso, Partido Social Cristiano). El partido ganó las presidenciales por dos ocasiones: Camilo Ponce Enríquez (1956-1960) y León Febres Cordero (1984-1988).

Con la aparición de Febres Cordero, el partido inicia una época de poder hegemónico a nivel nacional, instaurando durante su gobierno la violencia como forma de respuesta frente al estado. (Repositorio Flacso). Los hechos ocurridos, durante su mandato: Muerte del banquero Nahim Isaías, aparición del grupo Alfaro Vive Carajo y posterior exterminio, fueron respuesta al tipo de gobierno implantando por Febres Cordero; que luego desembocó en el recordado episodio denominado "Taurazo", (16 de enero de 1987), con el secuestro de Febres Cordero, por parte de Frank Vargas, General de las Fuerzas Armadas ecuatorianas.

Los hechos provocaron el debilitamiento político y bajo respaldo popular del entonces presidente. Su mandato culminó con un balance negativo y con el recuerdo de capítulos nefastos para la historia del país.

Los sucesivos candidatos por PSC Jaime Nebot Saadi, Xavier Neira, Cinthya Viteri, no alcanzaron el triunfo presidencial, (Prensa, 2002), sin embargo el partido obtuvo sendas victorias electorales en otras instancias de poder, lo cual sirvió como elementos para que Febres Cordero continuara ejerciendo su poder.

Denominado por los opositores el "dueño del país", LFC, inició una nueva era hegemónica desde la Municipalidad de Guayaquil (1992-2000). Con la ayuda del bloque Social Cristiano y su alcalde movieron la balanza a su favor en temas legislativos, económicos y judiciales.

Diario el Comercio cita lo siguiente para explicar hasta dónde llegó su poder: “...cada presidente electo, desde 1992, iba hasta su oficina en el cabildo... la suerte de Abdalá Bucaram, Jamil Mahuad, Gustavo Noboa, Lucio Gutiérrez, quedó echada cuando Febres Cordero les retiró el apoyo”. (Comercio, El PSC domina 20 años en Guayaquil, 2012).

Para el año 2000, le reemplaza en el Municipio de Guayaquil, Jaime Nebot, hombre de confianza de León Febres Cordero, quien continúa con su legado. Sin embargo, desacuerdos políticos causaron distanciamiento entre ambos líderes. Tal como lo describe Diario Hoy: *La pelea por el liderazgo, por captar otros espacios de poder no permiten avanzar al PSC*. (Hoy, Partido Social Cristiano en sus horas más difíciles, 2006).

Con el retiro de León Febres Cordero de la palestra política y posterior muerte, poco a poco el partido fue perdiendo votantes, y reemplazado por una nueva fuerza política, Alianza País, liderada por Rafael Correa. Para el año 2009, Nebot funda un nuevo partido denominado “Madera de Guerrero”, con el objetivo de postularse por tercera ocasión a la alcaldía; se unen al nuevo partido figuras como Cinthya Viteri, María Cristina Kronfle, Nicolás Lappentti, Polo Baquerizo, entre otros. (García, 2009). Desde entonces Nebot ha convertido al Municipio de Guayaquil en su trinchera de lucha y último reducto de lo que fue el PSC.

En torno a toda esta historia ha girado la ciudad convirtiendo al guayaquileño en un *ser inquietante e indescifrable por las diferentes influencias ideológicas que ha soportado, no solo del poder, sino también del contrapoder*. (Telégrafo, 2014). Sin embargo, en el aspecto político, el guayaquileño no se ha dejado llevar por tendencias ideológicas, sino lo que más ha defendido es su independencia. O como diría el analista político Jorge Alvear “Guayaquil tiene identidad muy particular por su líder “Nebot” y el orgullo que siente por el avance de su ciudad”. (Vistazo, 2009).

De ese espíritu libre, y sin dominio, se aprovechó el partido Social Cristiano, quienes enarbolando la bandera de autonomía para en sus discursos, promover la llamada libertad antes que someterse a otras tendencias políticas o al gobierno de turno. “Cada día debemos ser más independientes y más libres... si hay cadenas que aprietan rompamos esas cadenas, pero el espíritu guayaquileño, no debe doblegarse jamás(...)” (Comercio, Jaime Nebot: Hoy las ideologías y acciones extremistas han fracasado, 2012). *Jaime Nebot, discurso 2012*.

La pugna de poder por la ciudad se centra ahora entre dos líderes Nebot y Correa. En las últimas elecciones de febrero del 2014, los guayaquileños volvieron a votar por Jaime Nebot, demostrando así que continúan respaldando la gestión de su líder, que lleva 4 periodos consecutivos en el poder.

Correa pese a contar con un gran respaldo popular, aún no ha logrado vencer a los Social Cristianos; la pugna entre presidente y alcalde, se ha manifestado de forma mediática en los medios de comunicación. El presidente critica el modelo de desarrollo de la ciudad, Nebot defiende la autonomía de la urbe porteña. Luego de su cuarta victoria manifestó: *"Esta fue una lucha por la libertad. Contra la intromisión en la autonomía de los municipios, y también en el campo individual y colectivo, en la comunidad"* (Hoy, Guayaquil eligió por cuarta ocasión a Nebot, 2014).

#### **3.4.1 El Poder en dos cantones más.**

Los cantones de Durán y Samborondón también sucumbieron al poder de los social cristianos. El primero tuvo como Alcaldes a Luis Sánchez Martínez y luego Mariana Mendieta desde el 2000, hasta que renunció a su cargo en 2008, por supuestos actos de corrupción; le sucedió en el poder su hijo Dalton Narváez (Comercio, El PSC gobierna en la Alcaldía de Durán, 2010), quien estuvo hasta el 2013, en la que le remplazó en el poder Alexandra Arce, candidata del oficialismo.

El final de la era Narváez dejó a la población sin atención de agua potable, ni alcantarillado sanitario. Según INEC y la Agenda Zonal, sólo el 62,8% de la población tiene cobertura de agua potable, de lo cual el 98% de la población residente en la cabecera cantonal consumía agua entubada, a excepción del sector La Primavera 1, que la recibía potabilizada desde Guayaquil, mientras que el servicio de alcantarillado llega al 42,6% y sus descargas eran vertidas sin tratamiento al río Guayas.

Por ello, Alexandra Arce, luego de su triunfo se comprometió trabajar para dotar de agua potable y alcantarillado pluvial a los durandehos. (Radio Huancavilca, 2014). Por su parte la cúpula de Alianza País celebró el triunfo de la nueva Alcaldesa y señalando que constituye en un nuevo cambio para sus habitantes.

En Samborondón José Yúnez, de PSC, en las últimas elecciones ganó su quinto periodo como alcalde. Y es la autoridad que más tiempo (23 años) ha permanecido en un cargo de

elección popular en el Ecuador. (Telégrafo E. , Alcaldes socialcristianos serán los de mayor tiempo en el cargo, 2014).

Su administración fue cuestionada por promover en 17 años de gestión, un desigual crecimiento del cantón, priorizando la puntilla y relegando a la población rural a una de las desigualdades más evidentes del país y la región. Según el INEC el 77,3% de la población urbana cuenta con red pública de alcantarillado, y solo 4,90% el área rural. (PP.Verdadero, 2013).

### **3.5 Lucha de ideologías.**

Como se mencionó en párrafos anteriores, la lucha entre el Partido Social Cristiano versus Alianza País, se centra en una ideología política donde se mezclan dos tendencias: los de la derecha y los de la izquierda, cuyas denominaciones se originaron en los tiempos de la Revolución Francesa, durante la convención de 1792, tuvieron un encuentro los giraldinos, que tomaron asiento a la derecha de la sala y los jacobinos a la izquierda. Los primeros eran conservadores y los otros anhelaban que los cambios sociales y políticos sean profundos y rápidos. (Borja R. , Enciclopedia de la Política, 2002).

Con el tiempo, se fue adoptando el término en el plano político, *“son de izquierda las personas, los partidos y las instituciones que pugnan por el cambio social hacia adelante y de derecha los que se oponen a toda mutación en la forma de organización social, a cuyo amparo medran las clases sociales hegemónicas”*. (Borja R. , 2012).

Según Borja el término de derecha e izquierda dependen del contexto histórico en que se desenvuelven. De ahí, que se denominan de izquierda a las personas, partidos e instituciones, que favorecen el cambio social; mientras que se denominan de derecha quienes se oponen a él y se esfuerzan por defender la sociedad tradicional. Este es un concepto general de los términos, pero abordaremos el análisis, de lo que significa ser Social Cristiano y Socialismo del Siglo XXI.

#### **3.5.1 Derecha o Socialcristianos.**

La Democracia Cristiana o Social Cristianismo es *“el conjunto de ideas políticas que sustentan los partidos demócrata cristianos, todos tienen raíces en los viejos planteamientos sobre la sociedad y la ética de los padres y doctores de la iglesia”*. San Agustín, Santo Tomás de Aquino, entre otros pensadores, cuyas corrientes de

pensamiento teológico y político tuvieron mucha influencia en la enseñanza de las universidades católicas europeas del siglo XIX.

Con el pasar del tiempo los Papas tocan el tema político y social como el Rerum Novarum de León XIII, donde condena la explotación de los obreros y acumulación del dinero en pocas manos. El bien común según los pensadores de la iglesia ha variado con el pasar del tiempo y según los países. (Borja R. , 2012).

En Latinoamérica los partidos democristianos tienen variadas posibilidades ideológicas y su accionar ha distado mucho de su real origen. En Ecuador ésta corriente social cristiana, al igual que en los países sudamericanos tuvo hegemonía desde los años 1980 con León Febres Cordero, Sixto Durán Ballén y los posteriores presidentes que le sucedieron, quienes gobernaron con recetas capitalistas. Parte muy en especial en la zona 8, donde aún persisten estas ideologías a través de partidos y líderes tradicionales.

La nueva derecha, si bien ya dejó los dogmas religiosos, que prevaleció en sus inicios, ha sufrido cambios, luego de la caída del muro de Berlín y la desaparición de la Unión Soviética, los triunfos electorales de la derecha en América cobraron fuerza en los últimos años. Entre sus objetivos más claros, se caracterizó por acabar con las empresas públicas, y crear empresas privadas para servir a la comunidad, es decir disminuir la presencia del Estado en el quehacer económico de la sociedad. Globalizar la economía, abrir nuevos mercados, sometimiento y entrega de recursos naturales a países desarrollados a cambio de préstamos, el privilegio y acumulación de riquezas en manos de unos pocos.

### **3.5.2 La Izquierda.**

Se denomina Izquierda, *las personas, los partidos y las instituciones que luchan por el cambio social* (Borja R. , Enciclopedia de la política, 2005). La palabra *Socialista* fue acuñada en 1832 por Pierre Leroux, en oposición al individualismo. Pero como doctrina política fue desarrollada por pensadores europeos que luego se extendió por el mundo. Con Carlos Marx adquirió una connotación antiburguesa, lo cual significó la reconstrucción por la vía revolucionaria del orden social y económico sobre la base de la propiedad común hasta llegar al comunismo. (Borja R. , Enciclopedia de la política, 2003).

El Socialismo tuvo una carga negativa luego de su caída en la Unión Soviética y en Europa, por su falta de democracia, totalitarismo, la planificación burocrática, el avance de las fuerzas productiva, sin respeto a la naturaleza e irrespeto a las diferencias, etc. (Harnecker, 2012).

A medida que caía el Socialismo en esos países aparecía en América Latina prácticas democráticas y participativas en gobiernos locales, que demostraron que se podía gobernar de una forma transparente, democrática y participativa. Este cambio se observó con el triunfo de varios presidentes de izquierda, electos en las urnas, como el caso de Hugo Chávez, Rafael Correa, José Mujica, Dilma Russef, Cristina Fernández.

Para muchos autores, el triunfo de líderes de izquierda fue una respuesta a la crisis mundial del capitalismo, comenzó a aparecer una nueva sociedad, una alternativa al capitalismo desgastado, cuyas recetas neoliberales estaban dominando y sumiendo a los pueblos en la pobreza.

Encabezando el Socialismo estuvo Hugo Chávez, quien en 1996 lo bautizó como Socialismo del Siglo XXI, para separarlo del antiguo concepto de Socialismo que se aplicó en la Unión Soviética (Harnecker, 2012).

En Ecuador el Socialismo del Siglo XXI, se lo denomina el Socialismo del Buen Vivir, cuyas principales características y objetivos para el cambio se recogen en el libro “Plan Nacional para el Buen Vivir”. Este documento orienta la acción pública del Gobierno de Rafael Correa para lograr los cambios rápidos, que caracteriza al Socialismo, ofrece alternativas para construir una sociedad más justa, en la que el centro de la acción pública es el ser humano y la vida. Además supera los límites de las visiones convencionales de desarrollo, que tenía como meta el crecimiento económico.

El Buen Vivir o Sumak Kawsay es una idea movilizadora que plantea alternativas a los problemas contemporáneos de la humanidad, sus planteamientos se recogen de los pueblos andino amazónicos, proyecta la noción del Buen Vivir como objetivo central de la política pública, la que está respaldada también en la Constitución del 2008.

El Socialismo del Buen Vivir defiende la lucha por la justicia social, la igualdad y la abolición de los privilegios, con la construcción de una sociedad que respete la diversidad y la naturaleza. Cuestiona el patrón de acumulación hegemónico, es decir la forma neoliberal de producir, crecer y distribuir. Propone la participación popular permanente en la vida pública del país.

El Socialismo del Buen Vivir se identifica con la conquista del bien común y la felicidad individual, pero sin acumulación y consumo excesivos. Y esta se obtiene con el máximo aprovechamiento de talentos y capacidades personales y colectivas. El libro del Buen Vivir recalca que todos estos logros se obtendrán con la participación de los ecuatorianos,

responsables directos, de que ese Socialismo del Buen Vivir siga vivo y se convierta en una fuerza del cambio.

### 3.5.3 Diferencias entre Derecha e Izquierda.

Tabla 8. Diferencias entre Derecha e Izquierda

Derecha	Izquierda
En sus inicios tuvo apego a las tradiciones religiosas	Cambios rápidos
Sometimiento y poder	Emancipación
Autoritarismo	Participación ciudadana
Desigualdad	Igualdad
Discriminación	Inclusión
Dependencia externa	País autónomo
Concentración de ingresos en pocas manos	Redistribución de la riqueza
Disminuir la presencia del estado en el quehacer económico de la sociedad.	Recuperación del estado
Globaliza la economía	Protección el mercado interno
Privatización de las instituciones públicas	Potencializar su rol en la transformación social y productiva del país.

Fuente: Producción Propia

Hoy en día el discurso de las dos tendencias ideológicas derecha e izquierda, pugnan por sobresalir la una de la otra, y se ha convertido en el debate cotidiano de los dos partidos PSC-Madera de Guerrero y Alianza País.

### 3.6 Instituciones del Ejecutivo.

Las Instituciones del ejecutivo en la zona, suman un total de 309 entidades del estado (Senplades, Agenda Zonal para el Buen Vivir, 2012). Este grupo, con el cual la institución se relaciona tiene una valoración de 4 puntos, según el análisis de Cn.

La necesidad de comunicación con el mencionado público es el trabajo de planificación estratégica y operativa que realizan, ya que a través de ellas se definen los procesos programáticos de implementación de las políticas públicas, a través de los proyectos y programas de inversión que ejecutan en el territorio. Su planificación Institucional, que incluye la planificación plurianual y anual debe relacionarse con los grandes objetivos nacional establecidos en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.

Recordemos que la Constitución 2008 en el capítulo Planificación Participativa para el Desarrollo, artículo 280, establece que el *“Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al cual se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y asignación de los recursos públicos. Su observancia será obligatoria para el sector público e indicativa para el sector privado”*.

De igual manera, el Plan Nacional establece Instancias de coordinación territorial, como es la Estrategia Territorial Nacional, donde se hace un análisis del territorio con sus debilidades, potencialidades y la definición del modelo territorial deseado. Y además se da lineamientos sobre el ordenamiento físico del territorio y sus recursos naturales, actividades económicas, los equipamientos y la protección y conservación del patrimonio natural y cultural. Esta orientación se constituye en un elemento importante para la planificación de la política pública en el territorio.

Otro instrumento de planificación territorial son las Agendas Zonales de Desarrollo que son elaboradas por cada una de las zonas de planificación de Senplades con la aportación del sector público. En consecuencia la acción de la planificación nacional baja al territorio a través de las Agendas Zonales que inciden en el desarrollo integral de los espacios y se vuelven un referente de planificación para los Gobiernos Autónomos Descentralizados y para el sector público.

Cabe mencionar que la primera Agenda Zonal se publicó en el año 2012 , su contenido se socializó con los públicos estratégicos y ahora se está actualizando el documento para el lanzamiento de una segunda versión, que contempla el trabajar en tres ejes fundamentales: Erradicación de la pobreza, Transformación de la Matriz Productiva y Sustentabilidad Patrimonial.

El preámbulo explicativo ponen en contexto la importancia de este público, en el proceso de la planificación participativa y la misión que tiene la institución para trabajar en conjunto con el sector público, dando asistencia técnica, capacitaciones en la difusión de herramientas metodológicas para la planificación institucional; así como para la programación plurianual y anual. Otro elemento importante son las capacitaciones sobre la formulación de proyectos de Inversión Pública formato Senplades.

De manera que todo el sector público debe conocer, los contenidos del plan Nacional y Agenda Zonal, para cumplir con las metas del plan en territorio, como parte del seguimiento y evaluación constante de su cumplimiento para lograr el Buen Vivir.

### **3.6.1 Difusión de metodología de Planificación Institucional a entidades del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa.**

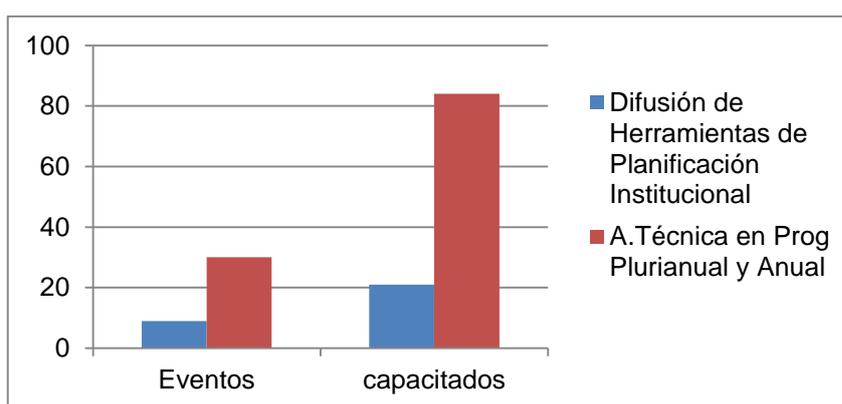


Figura 8. Difusión de metodología de Planificación Institucional a entidades del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa

Fuente: (Senplades, Rendición de Cuentas 2013, 2013)

Durante el año 2013 se realizó la difusión de herramientas de planificación institucional a 21 entidades del sector público a través de 9 eventos, donde se verificó que los planes institucionales estén articulados a los objetivos del plan nacional. Además se dio asistencia técnica y entregó directrices y herramientas de programación plurianual y anual a 84 funcionarios públicos de varias instituciones. (SenpladesZ8, 2013).

### **3.7 Medios de Comunicación.**

La Zona 8 es una de las más importantes comunicacionalmente, ya que en ella se concentra la mayor cantidad de medios de comunicación que tienen influencia en la opinión pública nacional. Guayaquil es considerado el centro de la vida política y comunicacional, gran parte de la opinión pública se genera desde Guayaquil hacia el resto del país.

Esto debido a la presencia de medios tradicionales (Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, Canal Uno, medios privados. Ecuador TV, medio Público, administrado por el gobierno; mientras que TC TV, Gama TV, son medios incautados cuyas acciones pertenecen a los empleados. (OBITEL, 2013). En prensa escrita están los Diarios privados: El Universo, Expreso, El extinto Diario Hoy, Metro Quil y los públicos, Diario El Telégrafo y PP El Verdadero.

En radios figuran: Radio Pública y Radio La Ciudadana, y las privadas: Sucre, Cristal, CRE, Forever, I.99, Huancavilca, Centro, Tropicana, Santiago, Atalaya, Caravana, medios de importancia en la ciudad de Guayaquil.

En la zona se registra 12 canales de televisión, 30 radios y 8 periódicos, que se mantienen al aire en sus programaciones, ya sean diarias, semanales o mensuales.

La participación activa de los medios de comunicación guayaquileños ha jugado un rol importante en hechos trascendentales para el país: el feriado bancario de 1999, caída de Lucio Gutiérrez y 30S, de la cual los medios guayaquileños mostraron sus intereses partidistas, mediante omisión o amplia repercusión mediática (según el caso) publicada en sus pautajes y agendas diarias de noticias.

Por ejemplo, durante el feriado bancario, “los intereses económicos de los banqueros limitaron la libertad de expresión, mediante la inhibición de su función de vigilancia”, así lo determina el cable 04QUITO2740 de WikiLeaks (Agencia Los Andes, 2013). En esa época Roberto Isaías, era dueño del Banco Progreso y TC Televisión mientras, Fidel Egas manejaba el Banco Pichincha y Teleamazonas.

La actuación de los medios de comunicación en el caso del 30S en el año 2010, a decir del periodista Gustavo Abad en su investigación la “Responsabilidad Social del periodismo” se informó de manera inmediateista e instantaneísta (Ignacio Ramonet). Es decir, sin una responsabilidad social, pues mientras el presidente informaba en un medio público de su estado de salud, desde el regimiento Quito, sitio al que fue a calmar una protesta policial; los canales privados, mostraban a la audiencia y al mundo la situación de descontrol, caos y saqueos que se vivía en Guayaquil, magnificando la noticia.

Para Ignacio Ramonet, los medios de comunicación de masa, se juntan “para defender un esquema, una ideología, según el cual la solución neoliberal no sólo es única sino que es la mejor”. El periodista continúa su aseveración que el objetivo es hacernos creer que “estamos en el mejor de los mundos” y, *aunque vayamos mal, probablemente en otros países se está peor y si aplicásemos otra política sería aún peor*”.

### 3.7.1 Medios con grandes estructuras y poder mediático.

Tabla 9. Medios con grandes estructuras

Medio	Canal	Periódico	Revista	Radio	Internet	Por Cable
Grupo Alvarado	Ecuavisa		Vistazo, Hogar, América Economía, Estadio		Página web de Vistazo, América Economía	Univisa y canal UHF señal abierta y además Artes Gráficas
Grupo Pérez		Diario El Universo, Semanario Vive	La Revista, Sambo, Mi mundo	Radio City		Univisa-Socios con los Alvarado
Grupo Martínez Merchán		Diario Expreso, Diario Extra	Revista Semana y D’Pelados	Radio Extra	Página web: Expreso, Extra	
Grupo Egas	Teleamazonas		Mundo Dineros, Revista Gestión, Revista Sojos, Revista Cosas,	Radio Colón	Web de Teleamazonas y sus revistas	

Fuente: (Telégrafo E. , 2012)

Otro componente importante del poder de los medios de comunicación es que algunos medios de Guayaquil han agrupado en sus filas todos los formatos comunicacionales (emisoras de radio, prensa escrita, canales de televisión, internet, imprenta, etc.). Y es así que Ramonet en el blog “Le monde diplomatique” afirma que *“los medios de comunicación masiva se agrupan en el seno de inmensas estructuras para conformar grupos mediáticos con alcance mundial”*. (Le monde Diplomatique, 2013).

A decir de Ramonet existen 3 poderes: económico, político y mediático, en la práctica, éste último aún persiste en el Ecuador.

Tabla 10. Comienzos de los Medios Públicos

<b>Medios Públicos</b>	<b>Año de aparición</b>
Ecuador TV	29 de noviembre del 2007
Radio Pública de Ecuador	26 de agosto del 2008
Diario El Telégrafo	1 de marzo 2008 (Se compró a la AGD) y pasa a manos del estado
El Ciudadano TV y digital	Finales del 2008
Agencia Nacional de Noticias de Ecuador y Sudamérica (Los Andes)	Noviembre del 2009
<b>Medios Incautados</b>	
TC Televisión	1 de marzo del 1967. Pasó a manos de la AGD julio del 2008.
Gama TV	18 de abril de 1977. Desde abril del 2012 se inicia la venta del canal, el 22% del paquete accionario quedó en manos de los empleados.

Fuente: Investigación propia

Los medios gubernamentales surgen con la aparición de Radio Nacional del Ecuador creada en 1961 durante el cuarto periodo de José María Velasco Ibarra. (Ciespal, 2009). Luego de 30 años al aire, la emisora dejó de funcionar, hasta la llegada al poder en el 2007 de Rafael Correa, donde se inicia una nueva era en el hacer informativo y periodístico del Ecuador. Con la apertura de Ecuador Tv, los equipos de la radio Nacional del Ecuador se reactivan y pasan a dar vida a la Radio Pública del Ecuador, así como también con la compra de Diario el Telégrafo a la AGD y la apertura del periódico digital el “Ciudadano”, posteriormente surge el periódico digital “Agencia los Andes”. Todos estos medios están bajo la dirección de la Secretaría de Comunicación que forma parte de la Secretaría Nacional de la Administración Pública y Comunicación. (A.Nacional, 2012).

### **3.7.2 La prohibición de salir a medios privados.**

El 16 de junio del 2012, el Presidente de la República en su enlace ciudadano semanal, prohíbe a los ministros y altos funcionarios conceder entrevistas a los medios privados: El

Universo, Comercio, Expreso, La Hora, Hoy, Ecuavisa y Teleamazonas. A los que acusó de “mercantilistas” y de atacar al gobierno con mentiras. (El Comercio, 2012).

Por su parte Jaime Nebot, también reaccionó prohibiendo a sus directores departamentales, dar entrevistas a Diario el Telégrafo, pero el medio adujo, que pese a la negativa continuarán publicando noticias del Municipio de Guayaquil. (Diario El Telégrafo, 2012).

Fundamedios y la Sociedad Iberoamericana de Prensa (SIP) hablaron al respecto alegando que la prohibición discrimina a los medios privados y supone una violación de los derechos humanos. Además, la SIP señaló que la medida es una grave falta de la transparencia de la información que deben cumplir como mandato constitucional los servidores públicos (Diario El tiempo, 2012).

La decisión gubernamental influyó, en las coberturas que los medios privados realizaban a las entidades públicas de la Zona 8, como se observará más adelante en el caso de estudio de la institución.

### ***3.7.3 Medios privilegian noticias***

Pese a que la prohibición del presidente Correa de dar entrevistas a medios privados se inició en junio del 2012, la lucha mediática comenzó mucho antes. Durante los 7 años en el poder, Rafael Correa ha sido frontal y muy claro al mostrar su posición frente a la prensa independiente; en sus enlaces ciudadanos, la califica de prensa corrupta y entregada a las oligarquías, para lo cual, los enfrentamientos durante los últimos años entre Estado y medios privados son diarios.

Desde el juicio a Diario el Universo en el año 2012, y posteriores juicios a otros medios privados, por parte del estado, el hostigamiento mediático que el Presidente Rafael Correa y su gobierno ha tenido que enfrentar, es cotidiano, en especial en medios privados; por lo que las noticias negativas del ámbito gubernamental, pesan mucho más que las noticias positivas en los pautajes diarios de los medios privados. Este es un antecedente al panorama general y comunicacional que se vive en la actualidad.

En la zona 8 (que comprende los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón) se realizan una cantidad de eventos y actividades, organizado por el sector público, que no figuran en las noticias diarias de los medios privados. Por citar un ejemplo, como institución pública Senplades organiza una variedad de actividades que son de importancia informativa para la ciudadanía, sin embargo, no ha contado con la respectiva cobertura de los medios privados, pese a haber enviado invitación previa a los eventos.

Durante el año 2012-2013 se organizó diversos talleres para recoger aportaciones de la ciudadanía en la elaboración del Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013), actividad abierta a la comunidad para la construcción participativa de este documento, que traza la planificación del estado para los próximos 4 años; dichas actividades no tuvieron cobertura o espacios de notas cortas en los medios. Pese a que la Ley de Comunicación en su artículo 71, numeral 2 habla de promover la participación de los ciudadanos en los asuntos de interés general.

## Publicaciones en medios sobre inicio de Diálogos para el Buen Vivir



Fuente: Publicación Telégrafo



Fuente: Entrevista Ecuador TV de "Diálogos Ciudadanos".

La primera convocatoria realizada el 8 de marzo del año 2013 titulada "Arrancan diálogos para la construcción participativa del Plan Buen Vivir" tuvo la cobertura de 6 medios: UCSG TV, Diario PP el Verdadero, Agencia los Andes, Radio Cristal, Habla Guayas y Ecuador TV. La mayoría de ellos, son medios públicos, sin embargo, ningún medio privado dio importancia al tema y no se realizó cobertura informativa.

En el segundo evento, con fecha, 18 de marzo del 2013, las coberturas se realizaron con más presencia de medios, ésta vez 12 asistieron: Agencia los Andes, Ecotel TV, Raíces TV, CNPlus, Radio Sonorama, Radio Huancavilca, Radio Rumba, Radio City y Radio Intercontinental. Posteriormente al evento se envió boletines de prensa a todos los medios informando que la "Ciudadanía de la Zona 8 aportó en la construcción del Plan Nacional

para el Buen Vivir 2013-2017”, de los cuales 6 replicaron la noticia: Diario El Telégrafo, Prensa Latina, Radio Tarqui, Radio Sucre y Ecuador Inmediato, TC TV y periódico Doble Vía.

## Publicación de culminación de diálogos del Buen Vivir

ÚLTIMAS NOTICIAS mensajes falsos desde supuestas cuentas de Twitter Jugador de Emelec, Jordi

andes

Inicio Actualidad Política Economía Mundo Deportes Sociedad

Inicio

### Nuevo Plan Nacional del Buen Vivir será producto de un amplio diálogo nacional inclusivo

Martes, 30/10/2012 - 06:25:38 PM

Diálogos nacionales por el Buen Vivir organizados por la Senplades. Foto: Getty Images / Andes

**Guayaquil, 30 de octubre (Andes).** Propuestas sobre medio ambiente, seguridad ciudadana y tenencia de la tierra discuten representantes de distintas organizaciones de la sociedad civil como aportes al Plan Nacional del Buen Vivir del Gobierno Nacional.

Este diálogo nacional, que tiene amplia participación, según explica Iván Campuzano, técnico de la Zona 8 de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), se inició en julio pasado y en distintos talleres se han ido puliendo una serie de temas que tienen como finalidad alcanzar el buen vivir.

Producto de estos encuentros ciudadanos se han ido identificando los temas críticos que requieren el aporte e intercambio de ideas para reforzar las políticas que contendrá el Plan del Buen Vivir para el próximo periodo presidencial.

Fuente: Publicación Agencia Los Andes

Ecuador, jueves 02 de octubre del 2014 Ediciones Impresas RSS Quiénes somos

09:20:03 am (GMT-5) Última actualización: 09:29 Seguir a @el\_telegrafo

EL TELÉGRAFO [www.eltelgrafo.com.ec](http://www.eltelgrafo.com.ec)

Portada Política Noticias Opinión Fantástico Mundo Justicia Economía Cultura Sociedad

19 ABR 2013 INFORMACIÓN GENERAL VISITAS: 760 [Twitter] [G+] [Me gusta]

MÁS DE 5 MIL PERSONAS APORTARON

### Diálogos para redactar el Plan del Buen Vivir culminan

Redacción Actualidad

Con el taller de "Diálogos para el Buen Vivir", que se desarrolló ayer en la Zona 8 de planificación de Senplades, se cerró el ciclo de encuentros que se llevan a cabo desde el 2012 en todo el país.

El objetivo es elaborar el Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV) 2013-2017, que tiene como objetivos principales erradicar la pobreza, transformar la matriz productiva y ubicar al ser humano en el centro de la política pública. Este plan será la hoja de ruta que guiará la gestión del Gobierno durante los próximos cuatro años.

Gustavo Bedón, subsecretario de Descentralización de Senplades, explicó que en cada posesión de gobierno le corresponde al nuevo presidente presentar su plan de trabajo. En este caso, el Plan reforzará las 35 propuestas del Programa de Gobierno con el que Rafael Correa ganó las elecciones.

La elaboración del Plan está a cargo de la Senplades y hasta la fecha suman más de 5 mil las personas que han dado sus aportes al documento.

Por su parte, Jaime Roca, subsecretario de la Zona 8 de Senplades, describió la agenda Zonal de Desarrollo, herramienta que se deriva del PNBV y que establece acciones puntuales de planificación para los cantones de Guayaquil, Durán y Samborombón, que integran esta Zona.

Entre sus principales ejes de trabajo estarán el cambio de la matriz productiva, la reducción de brechas y la sustentabilidad patrimonial. Estas temáticas se encuentran alineadas a los objetivos del Plan Nacional 2013-2017.

Diego Almeida, director de Planificación y Políticas Públicas de la Senplades, señaló las propuestas de fomentar los huertos familiares como instrumento de cambio en los modos de producción, democratizar el espectro radioeléctrico, generar oportunidades laborales para personas de la tercera edad, entre otros aspectos, como los aportes más importantes de la jornada de diálogo.

El aporte culmina con la Asamblea Plurinacional e Intercultural para el Buen Vivir, los días 8 y 9 de mayo. El Plan será entregado a Correa el día de su posesión.

Etiquetas: diálogos, Plan del Buen Vivir, redactor

Fuente: Publicación en Diario El Telégrafo

## Otras publicaciones

Plan para ... x Senplades dictó taller del P... x

ecuador ama la vida

Inicio La Secretaría Transparencia Programas / Servicios Planificación Comunicamos Biblioteca

Inicio > Zona 8 > Zona 8 socializa Plan para el Buen Vivir con docentes universitarios

### Noticias

### Zona 8 socializa Plan para el Buen Vivir con docentes universitarios

Guayaquil, 28 de Noviembre de 2013 - 19:07

Tamaño de fuente 100% | No. de palabras: 253 | 119 vistas

[Compartir] [Twitter] [Imprimir] [Enviar]

Docentes y autoridades de la Universidad de Guayaquil conocieron los contenidos del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, con el fin de alinear la planificación de la institución académica a las directrices del documento.

Mediante un taller, funcionarios de la Zona 8 de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) presentaron los contenidos del Plan, atendiendo a una invitación de la Comisión de Intervención y Fortalecimiento del centro universitario.

En el evento se impartieron conocimientos sobre normativa legal de la planificación, objetivos, metas, políticas y lineamientos estratégicos, así como los tres ejes que articulan los 12 objetivos: construcción del poder popular, derechos y libertades, y transformación económica y productiva.

Iván Campuzano, director de Planificación de la Senplades, explicó que el Plan constituye un instrumento que orienta la planificación del Estado e indicó que su aplicación es obligatoria para el sector público.

Agregó que para el sector universitario se aplica el objetivo 4 del Plan: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. Tiene 10 políticas, como mejorar la calidad de la educación en todos sus niveles y modalidades, promover la culminación de los estudios en todos los niveles educativos, así como potenciar el rol de los docentes y otros profesionales de la educación como actores en la construcción del Buen Vivir.

Fuente: Publicación original

NOTICIAS Política Economía Ecuador Internacional Gran Guayaquil

TEMAS Para vacacionar Estado Islámico Fondos previsionales Sistema 4 x 4 Código

[Recomendar] [Twitter] [G+] [Me gusta]

Viernes, 29 de noviembre, 2013

### Senplades dictó taller del Plan del Buen Vivir

Senplades dictó taller del Plan del Buen Vivir

La Secretaría de Planificación dictó ayer el taller Plan Nacional para el Buen Vivir, dirigido a los docentes de la Universidad de Guayaquil.

Fuente: Publicación Universo (pie de foto).

Como se observa en la explicación, las coberturas han sido escasas, en especial de los medios privados y tradicionales de la zona, salvo contados casos concretos como lanzamiento del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, que se efectuó en la ciudad de Guayaquil, con presencia del Secretario Nacional Pabel Muñoz, tuvo la presencia de medios privados como Ecuavisa y Teleamazonas.

### **3.8 Sobre los Ciudadanos.**

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, define el concepto de ciudadano como: “Perteneiente o relativo a la ciudad” o “habitante de los estados modernos como sujeto de derechos políticos y que interviene, ejercitándolos, en el gobierno del país”. (Lengua, 2014).

El Ecuador a través de la Constitución 2008, y de la Ley de Participación Ciudadana, abre espacios para que los ciudadanos y ciudadanas del país ejerzan ese derecho en los diferentes niveles de gobierno. Para lo cual están los Consejos Nacionales de la Igualdad, La Asamblea Plurinacional e Intercultural para el Buen Vivir, Consejo Ciudadanos Sectoriales y Asambleas locales.

Por otro lado el Consejo Nacional de Planificación, a través de la Secretaría Técnica, es el encargado de convocar a la elección de la Asamblea Plurinacional e Intercultural para el Buen Vivir, espacio de consulta y diálogo directo entre el Estado y los Ciudadanos que aprueban y dan seguimiento al Plan Nacional para el Buen Vivir , Art 48 (Ley de Participación Ciudadana).

De igual manera, la Ley de Participación Ciudadana contempla que las carteras de estado deberán elegir a los representantes del Consejo Ciudadano Sectorial que aporten “al diálogo, deliberación y seguimiento de las políticas nacionales y sectoriales”. Para tal fin, la Zona 8 conformó en septiembre del 2013 al Segundo Consejo Ciudadano Sectorial 2013-2017, integrado por 25 miembros representantes de organizaciones sociales (barriales, sociales y étnicas)-

Como parte del cumplimiento de lo que establece la ley, la Zona 8 promovió durante el año 2013 la participación ciudadana, quienes aportaron con ideas y propuestas para la construcción del Buen Vivir en la Zona. Eventos como la Feria Interactiva de la Información, Diálogos para el Buen Vivir y el taller Cairo+ 20 ayudaron a que los ciudadanos den sus

aportes y se establezcan compromisos como los siguientes: “Difundir el Plan Nacional para el Buen Vivir y la Agenda Zonal, coordinar acciones con instituciones públicas y GAD y Socializar las propuestas metodológicas y acuerdos expuestos en dichos espacios”. (SenpladesZ8, 2013).

A continuación se muestra un cuadro explicativo de los eventos organizados y número de participantes durante el año 2013.

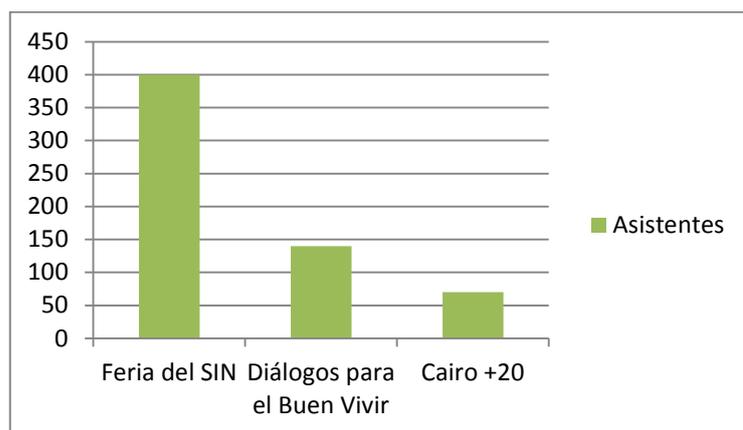


Figura 9. Asistencia a eventos de Participación Ciudadana

Fuente: Archivos institucionales

De esta manera se da cumplimiento a la Constitución y al Objetivo 1 del Plan Nacional para el Buen Vivir que busca “Consolidar el Estado democrático y la Construcción del Poder Popular, dando protagonismo a los ciudadanos y ciudadanas en la toma de decisiones, en la planificación y en la gestión de los asuntos públicos.

Sin embargo, hace falta una participación más activa de los ciudadanos. Según el Plan Nacional en 2007 el tiempo promedio dedicado a estos espacios por los ciudadanos era de 28.2 minutos mensuales, en 2011 subió a 32.92 minutos (Senplades, pag. 97 2013). En consecuencia no se conseguirá democratizar el Estado y la sociedad, sin una ciudadanía activa y preocupada por la acción pública, por ello es necesario que desde las carteras de estado se implemente espacios que propicie la participación de los ciudadanos en temas trascendentales para el país.

Para culminar este tercer capítulo, podemos mencionar que hemos realizado un estudio de públicos estratégicos de la zona 8, se empezó describiendo el concepto de públicos y su importancia de la mano de algunos de los autores más destacados del área de la Comunicación. Luego se realizó un mapa de públicos de la zona, con el análisis de la

Comunicación Necesaria (Cn) para cada uno. Después de este importante trabajo se procedió a la presentación y observación de las actividades que realizan cada uno de los públicos con la institución, y cómo éstos influyen, en la comunicación que mantienen con Senplades, además su accionar y cumplimiento de trabajo, tiene repercusión a nivel país para lograr el desarrollo y el Buen Vivir, objetivo fundamental del Gobierno Nacional.

Así también, se ha dedicado un capítulo especial para evaluar la influencia del entorno político en la comunicación de la institución con los medios de la zona; aunque se ha realizado un buen trabajo comunicacional con este público, se llega a la conclusión que los factores políticos se transforman en un obstáculo para lograr una efectiva comunicación; lo cual influye, no solo en los flujos de comunicación de la institución, sino que afecta a todo un conglomerado social que merece conocer los avances del país en materia de planificación.

Una de las ventajas que tiene la institución con estos públicos, es que son cercanos a la entidad, ya que la mayoría de la comunicación que se realiza con ellos es directa, cara a cara, que le da oportunidad a la organización para continuar construyendo vínculos con este importante grupo estratégico.

## **CAPITULO IV**

### **DIAGNÓSTICO Y ANALISIS DE ENCUESTAS**

#### **4. Estudio del funcionamiento de la comunicación Senplades Zona 8**

**Objetivo:** El objetivo del presente estudio es determinar cómo está funcionando la comunicación de Senplades y su relación con los medios de comunicación de Zona 8.

**Metodología:** Se utilizó el método de encuesta, información de archivos y observación directa dirigido a coordinadores de noticias y periodistas, la mayoría son profesionales, que realizan las coberturas de las actividades y eventos que organiza la institución. Para este estudio se encuestó a 21 profesionales de la comunicación que laboran en: televisión, prensa escrita, portal virtual y radios. La encuesta se basó en un total de 17 preguntas, en su mayoría preguntas cerradas, a excepción de tres que se recurrió al estilo abierto de la respuesta dando oportunidad para que los encuestados contesten con libertad.

La información se recogió entre mayo a junio del 2014, contiene una lista de preguntas que se consideró, de vital importancia en lo relacionado a la comunicación (coberturas, temáticas planteadas, información generada para los medios, nivel de conocimiento y seguimiento a la información de Senplades; consulta a redes sociales y página web de la institución; comprensión de la comunicación y mensajes, horario de coberturas, nivel de recordación de los voceros, ubicación de la institución en las preferencias de coberturas que realizan los medios, entre otras temáticas.

Todos estos elementos importantes permitirán medir el funcionamiento de la comunicación de Senplades en la Zona, para establecer estrategias y tomar medidas que ayuden a potencializar el relacionamiento entre la institución y los medios de comunicación garantizando así el fortalecimiento de su imagen.

#### **Presentación**

Para determinar el estudio de la comunicación que se genera desde la Zona 8 de Senplades (Guayaquil, Durán y Samborondón) se inició con la pregunta ¿Conoce Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo?, el 100% de los consultados afirmaron que sí. Pero lo que varió es la respuesta en la pregunta No 2, al indagar con exactitud a qué se dedicaba Senplades; se establecieron 3 alternativas: Gestionar la obra pública, Planificar el estado y elaborar el Plan Nacional para el Buen Vivir. El 64% de los encuestados respondió que se dedica a planificar el estado, mientras un 36% afirmó que elaboraba el Plan.

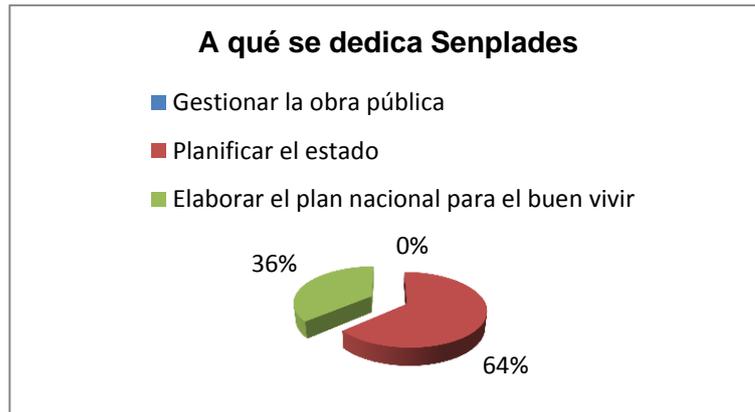


Figura 10. Nivel de reconocimiento de Senplades  
Fuente: Encuestas

Esta cifra supone que existe un conocimiento claro, pero que no llega al 100%, con respecto a la función específica de Senplades, como es planificar el estado; sin embargo hay un grupo del 36% que identifica a la institución como la responsable de elaborar el Plan Nacional para el Buen Vivir. Estas dos preguntas se realizaron tendientes a saber cuán seguros están los comunicadores en identificar con exactitud la función de la institución.

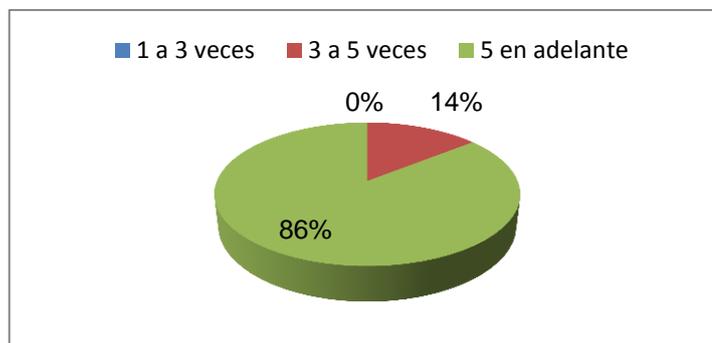


Figura 11. Cantidad de coberturas y publicaciones realizadas por medios  
Fuente: Encuestas

En cuanto a la cantidad de veces que los medios han realizado coberturas y publicaciones de las actividades y eventos en el último año, un 86% lo hicieron más de cinco veces y un 14% entre 3 a 5 veces.

El resultado da una idea general que la institución tiene una buena cobertura de prensa de las actividades y publicación que se organiza desde esta zona.

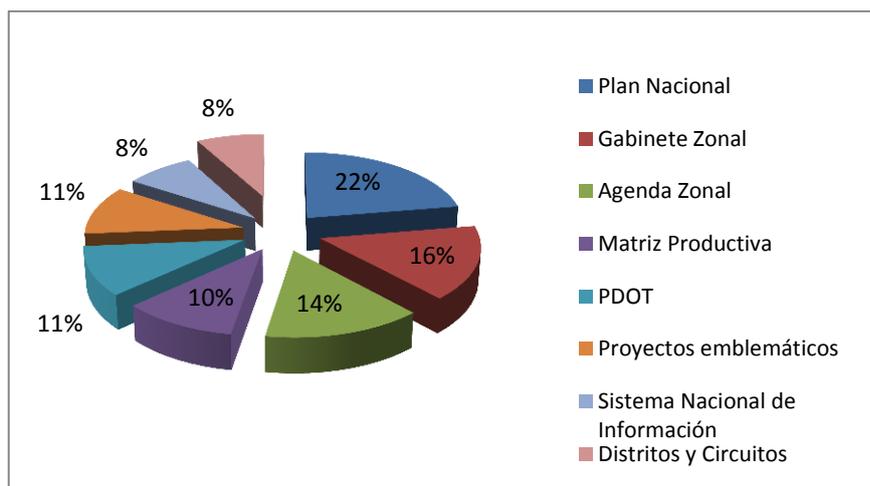


Figura 11. Temáticas de coberturas realizadas  
Fuente: Encuestas

La responsabilidad de gestionar la planificación del estado genera una gran cantidad de información y temáticas que se convierten en hechos informativos para la institución. Sin embargo, en el presente estudio se eligió a los temas más importantes relacionados con estrategias comunicacionales planteadas desde matriz y que se ven reflejadas en las respuestas a nivel zonal, para lograr un mejor posicionamiento de imagen ante la comunidad.

Liderando la lista de temáticas que han dado cobertura los medios de comunicación está el Plan Nacional para el Buen Vivir, con un 22%; Gabinete Zonal, 16%; Agenda Zonal, 14%; Matriz Productiva, 10%; PDOT y Proyectos emblemáticos, 11%. En menor número de cobertura está el Sistema Nacional de Información, 8% y Distritos y Circuitos con un 8%. En relación a éstas dos últimas temáticas, si bien la cifra es baja, cabe mencionar que estos temas han sido socializados de manera general en ferias abiertas a los ciudadanos por lo que el nivel de recordación de los medios es bajo.

De la lista expuesta, los de mayor recordación para los periodistas es el Plan Nacional para el Buen Vivir, 32%; seguido de 20%, Gabinete Zonal y un 12% Agenda Zonal. Además del plan, el Gabinete tiene un buen nivel de recordación, la explicación se fundamenta porque es un espacio que se organiza 3 veces al año y en la que participan los coordinadores y subsecretarios de las instituciones del ejecutivo de la zona, para realizar seguimiento a los procesos de Desconcentración, Descentralización, Proyectos de Inversión Pública y Agenda Zonal de Desarrollo, este último es un documento que dicta directrices de la planificación a nivel de territorio.

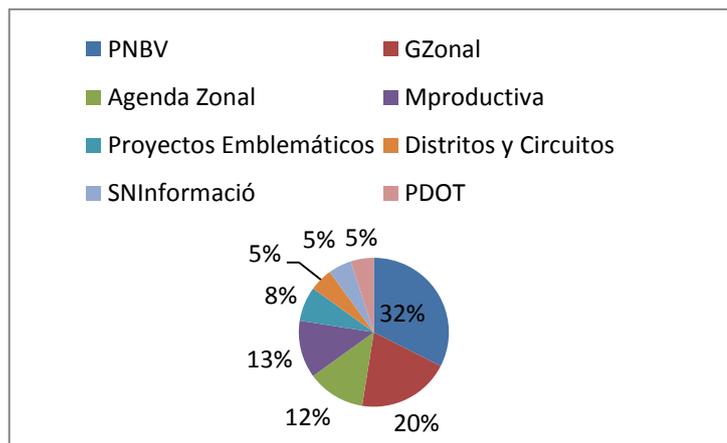


Figura 12. Temáticas más recordadas  
Fuente: Encuestas

En cuanto a la retentiva que tienen los periodistas de los temas analizados en este espacio, cabe mencionar que el Plan Nacional es un eje transversal de la planificación nacional y de todas las acciones comunicacionales, pues no hay espacio en el que se cite como fuente este documento de la planificación a nivel de gobierno.

Con respecto a la mención del 13% para Matriz Productiva, cabe mencionar que es un eje importante del Plan Nacional y un compromiso fundamental del Gobierno Nacional para lograr un cambio profundo en la forma de producir y combatir la pobreza e inequidad; por lo que es un tema recurrente e indispensable en las agendas de toda la institucionalidad pública. De ahí, que el cambio de matriz productiva resulte familiar para los comunicadores.

Con respecto a la pregunta de ¿cuáles son los formatos periodísticos que sirven para su información?, el 60% respondió los boletines de prensa, el 35% grabaciones de audio y el 9% video.



Figura 13. Formatos más utilizados para informar  
Fuente: Encuestas

Cabe señalar, que los formatos periodísticos tradicionales, siguen siendo los más utilizados para informar. Para los periodistas, los boletines de prensa ponen en contexto la temática, hacia dónde enrumbar la entrevista, pero es solamente una introducción al tema; pues el resto se desarrolla a través de las entrevistas a los voceros.

El 31% se refiere a las grabaciones en audio que corresponde a los periodistas de radio, cuya solicitud se realiza cuando los medios no han tenido la oportunidad de asistir a las coberturas; en ese caso, piden el envío del audio con su respectivo boletín para editar la noticia en cabina.

Apenas el 9% es grabaciones en video, que pertenece a la televisión, sin embargo, el uso de las imágenes enviadas por la institución a cualquier medio televisivo, no es frecuente, se realiza cuando la noticia es de vital importancia o corresponde a una autoridad nacional.

Las respuestas indican que la mayoría de los medios de comunicación de la zona, prefieren asistir a las coberturas y producir su propia noticia, usando los formatos periodísticos ya mencionados.

Otro elemento importante es que debido a la cantidad de instituciones del ejecutivo que funcionan en la zona, hay eventos que se realizan a la misma hora, que impide que los periodistas estén en dos sitios a la vez, por lo que se recurre al envío de información de audio, video y boletín de prensa para garantizar que la información llegue a la ciudadanía.

Al indagar sobre ¿qué datos adicionales necesitan para complementar la información?, los profesionales de la comunicación, solicitaron lo siguiente:

- ✓ Mayor acceso a los voceros,
- ✓ Agenda semanal que resuma la información generada por la institución.
- ✓ Ayudas memoria que permitan tener una comprensión más clara de las temáticas a tratar. Esto en especial para las radios y periódicos que tienen programas y espacios de entrevistas que requieren de información más detallada.
- ✓ Acceso a cifras estadísticas

En cuanto al seguimiento, que los comunicadores realizan a la información generada por Senplades?, el 90% hace seguimiento a la información, mientras un 10% aseveró que no, esta cifra es positiva para la institución, y es la consecuencia de la elaboración periódica de boletines de prensa por parte de la institución y su respectivo envío a los medios. Semanalmente se remite entre 3 a 5 boletines, garantizando así la presencia institucional en los medios de comunicación.

Para confirmar este dato, se recurrió a la pregunta ¿a través de qué medios realiza el seguimiento de la información?. El 46% lo hace a través de los boletines de prensa que se envían desde la zonal; el 39% utiliza las redes sociales y un 15% página web. Estas cifras son valiosas porque nos permiten evaluar la importancia de producir noticias para mantener informado, tanto a periodistas y a la ciudadanía sobre las actividades y procesos que ejecuta la zona.

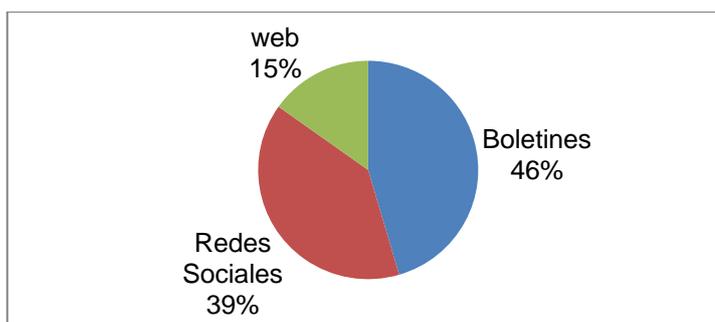


Figura 14. Canales por el que realizan seguimiento de la información  
Fuente: Encuestas

También da una idea de lo responsables que son los periodistas para estar al día en la información que produce la institución. Solo un 10% contestó que no lo hacía, mayormente este número corresponde a los medios radiales, quienes realizan salidas al aire al instante, por lo tanto su información es generada a través de las declaraciones de los voceros. Además, cabe indicar que la mayoría de los periodistas radiales, pasan su mayor tiempo en la calle en busca de noticias y tienen poco tiempo al acceso de internet y redes sociales.

Además los medios públicos y de Gobierno, son los más informados con respecto a los procesos de la institución. El portal web El Ciudadano, Radio Pública y Radio la Ciudadana, realizan seguimiento a la información de Senplades a través de los tres canales: redes sociales, página web y boletines de prensa.

Otra pregunta clave para averiguar si la página web es consultada y si ha sido difícil encontrar información, un 91% contestó, que no ha tenido dificultad para acceder a la página web, mientras que el 9% manifestó haber tenido problemas en buscar información, ya que algunos boletines de prensa no están ordenados por fecha, lo cual dificulta seguir el hilo conductor de la información.

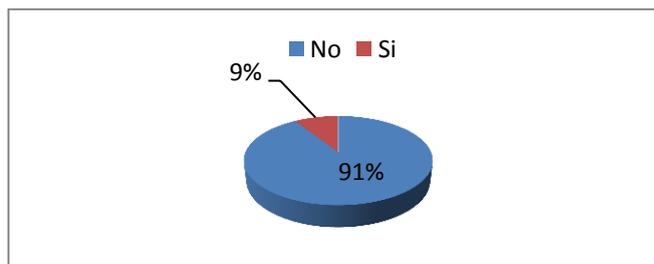


Figura 14. Dificultad para encontrar información en la web

Fuente: Encuestas

Estos datos revelan que la página web, si bien es un espacio importante a través de la cual se publica toda la información de la institución, aún no está siendo utilizada al cien por ciento, como fuente de consulta para los periodistas; pese a contar con una actualización periódica de la información, tanto en el portal web nacional, como en la zonal 8.

Pero, si las cifras se contrastan con el uso de los boletines de prensa, el 60% de los periodistas prefiere informarse a través de este canal, porque llega directamente a sus correos, que consultar la página web, ya que la información que reciben, es la misma que se publica en la web.

En cuanto a la dificultad de acceder y recibir información por parte de la institución un 94% de los periodistas contestaron, no tener dificultad para acceder y recibir información y un 6% dijo que sí, enfatizando, que a veces los voceros no responden de inmediato a las invitaciones de los medios para ampliar determinados temas.

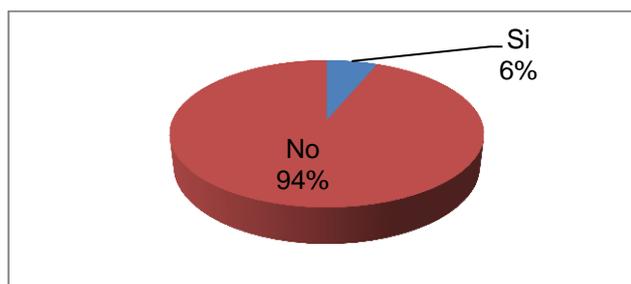


Figura 15. Dificultad para acceder y recibir información

Fuente: Encuestas

Si bien es necesario trabajar con ese 6%, para llegar al 100% de cumplimiento como dictamina la Constitución, en su artículo 18, establece que “todas las personas tienen derecho de acceder libremente a la información generada por instituciones públicas”.

Para medir la comunicación, se indagó si la información de Senplades es comprendida por los comunicadores, el 80% contestó no haber tenido dificultad para entenderla, mientras un

20% aseveró que sí tuvo dificultades, en especial los medios escritos quienes necesitan explicar de forma más amplia y detallada determinados temas para redactar la noticia.



Figura 16. Comprensión de la comunicación emitida por Senplades

Fuente: Encuestas

Ese 20% mencionó que en ocasiones se utiliza un lenguaje muy técnico o no entienden las estadísticas que se utilizan en determinados boletines de prensa.

Frente a esa dificultad de comprender los contenidos de los boletines se planteó cuatro alternativas para que los periodistas escojan las opciones para contrarrestar este problema comunicacional. El 50% optó por talleres, 29% desayunos de trabajo, 18% boletines más explicativos y 3% audios.

Adicionalmente se dio libertad para que se mencionen otras alternativas, se habló de realizar agenda de medios con los voceros de forma regular y entrega de material extra para mantenerse mejor informados.

Frente a los horarios para la cobertura de eventos y noticias, los medios de la Zona 8 prefieren las horas de la mañana, que la tarde o la noche, aunque especificaron que si se trata de un hecho noticioso de importancia, el horario no importa. Pero si hay que escoger una hora adecuada para que la institución realice eventos, los siguientes horarios, son los que más se deben considerar para garantizar presencia de medios.

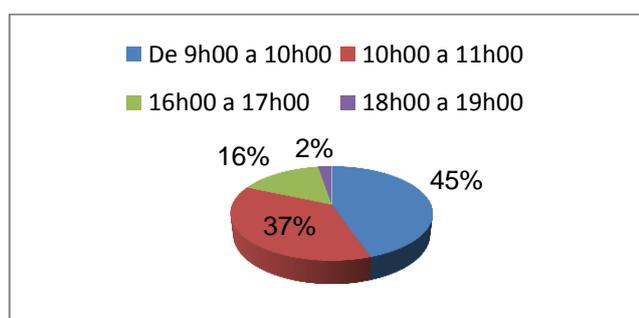


Figura 17. Horario de coberturas preferidas por los medios

Fuente: Encuestas

El 45% contestó que las coberturas las realizan de 9h00 a 10h00, el 37% prefiere de 10h00 a 11h00, el 16% de 16h00 a 17h00 y el 2% a las 18h00 a 19h00.

Es importante mencionar que los eventos que organizan, tanto el sector público, como el privado se realizan entre las 9h00 a 11h00, provocando el cruce de actividades, (considerando que hay medios que no tienen suficiente personal para las coberturas), por lo que deben escoger a qué evento ir; generalmente se ven inclinados a elegir los hechos coyunturales noticiosos del día o la semana para la cobertura.

Así mismo, priorizan la cobertura en base al peso que tenga la autoridad. “Si tenemos la presencia de un ministro y en otro evento está un coordinador zonal, se prefiere dar cobertura a la máxima autoridad”, mencionó un comunicador. De igual forma, si hay una rueda de prensa inesperada de Jaime Nebot, debido al peso político y a su liderazgo, los medios, especialmente privados prefieren ir a este evento que un acto de una institución pública.

El nivel de recordación que los periodistas tienen de los voceros de la institución también fue motivo de consulta.

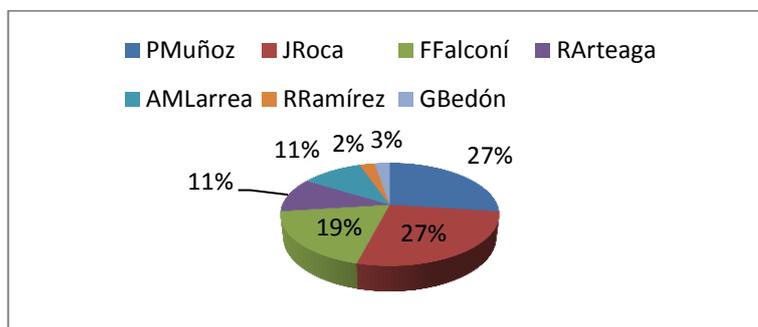


Figura 18. Voceros de mayor recordación  
Fuente: Encuestas

27% mencionó a Pabel Muñoz y Jaime Roca, como voceros de mayor recordación, seguido de Fander Falconí con un 19%, Romina Arteaga 11%, Ana María Larrea con el 11%, en menor proporción están René Ramírez y Gustavo Bedón.

Para el análisis de estas respuestas recurrimos a las siguientes razones: el 27% manifestó un mayor nivel de recordación para Jaime Roca, debido al relacionamiento directo que tuvo con los medios como autoridad zonal, durante los 3 años como Subsecretario. En la misma proporción de recordación está Pabel Muñoz, por ser la máxima autoridad de la institución,

pese a la poca presencia de la autoridad en la zona, los periodistas lo mencionan por sus intervenciones a nivel nacional en temas vinculados a la planificación.

Un 19% aún recuerda a Fander Falconí, diez meses después de haber dejado la Senplades, eso se debe a su capacidad de liderazgo y al buen relacionamiento con los medios de comunicación a nivel nacional, así como por su participación, en diversos eventos y actividades, de la zona cuando se desempeñó como Secretario Nacional de la institución.

Sin embargo, esta mención deja en claro que aún ciertos periodistas siguen vinculando a Falconí con la Senplades y que es necesario continuar trabajando en el posicionamiento de la imagen de la actual autoridad.

Romina Arteaga, actual Subsecretaria de la Zona, está con un 11% de recordación, desde su ingresó en enero del 2014, es la vocera zonal de las últimas actividades y hasta el momento mantiene una buena aceptación entre los medios de la zona.

Por su parte Ana María Larrea tiene un nivel de recordación del 11%, esta explicación se debe al trabajo de agenda de medios que se realizó a nivel zonal, cuando se desempeñaba como Subsecretaria General de Planificación para el Buen Vivir, actualmente es la Secretaria Técnica para la Erradicación de la pobreza del Ecuador.

Gustavo Bedón, Subsecretario General de Transformación del Estado para el Buen Vivir tiene un nivel de recordación del 3%. Otro elemento inusual es que un 2% aún recuerda a René Ramírez como autoridad de Senplades, después de 4 años de haber formado parte de la institución. Actualmente Ramírez se desempeña como Secretario Nacional de Senescyt. Esto nos da una interpretación, que quizás los profesionales de la comunicación, no son tan responsables para informarse de las autoridades que ejercen cargos públicos en el gobierno.

## **Conclusiones**

El estudio que presentamos respaldado de cuadros y cifras muestran que el 63% de las periodistas identifican a Senplades como la responsable de la planificación del estado, mientras que un 33%, no tiene claro la misión de la institución y lo relaciona como la responsable de realizar el plan nacional para el Buen Vivir.

El 86% manifiesta haber realizado cobertura y publicaciones de eventos y actividades de la institución, más de 5 veces; mientras que el 14% han realizado menos de cinco, confirmando así que la institución pública tiene un alto nivel de aceptación en los medios locales. No obstante, la cifra no coincide con las coberturas de medios de los años 2012-

2013 que es bajo (menos del 50%) y como la encuesta se realizó en el mes de junio del 2014, los periodistas tomaron como referencia las coberturas que hicieron, no solo en el año 2013, sino parte del 2014.

Al consultar sobre los temas que han dado cobertura se mantienen por encima del resto de opciones el Plan Nacional, instrumento que indica la Constitución para la planificación nacional. Es lógico que el Plan Nacional junto con el Gabinete Zonal sean los temas de mayor cobertura y mención en medios de comunicación; cabe indicar que el Gabinete Zonal es el espacio donde se define, en conjunto con las instituciones del estado, la planificación del territorio (Guayaquil, Durán y Samborodón) y donde se habla del Plan, Agenda Zonal, Proyectos de Inversión Pública, es una variedad que temas que se vinculan a la planificación.

Los boletines de prensa, los audios y videos, son las herramientas más importantes para la producción de noticias. En el caso de los boletines de prensa se constituyen en un elemento indispensable para los periodistas a la hora de las coberturas y producción de la noticia.

Por lo general el nivel de recordación y comprensión de los temas que genera Senplades como fuente informativa es buena, aunque dentro del análisis se da opciones para llegar al 100% de eficiencia del mensaje, coberturas y posicionamiento de sus voceros.

En resumen, se llega a la conclusión que los medios de comunicación de la zona, tienen acceso a la información, comprensión del mensaje, y hay una buena difusión de los temas por parte la institución, la única debilidad es la baja cobertura de medios y fortalecimiento de la imagen de los voceros, por lo que es necesario idear estrategias para trabajar en ese ámbito.

#### **4.1 Cobertura de medios Zona 8 años 2012-2013.**

Para tener claro cuál es el nivel de cobertura que realizan los medios de comunicación a Senplades en la Zona 8 se recurrió a los monitoreos diarios de noticias registrados por la Unidad de Comunicación durante el año 2012 y 2013, lo cual permitirá efectuar un comparativo del nivel de crecimiento o decrecimiento de la interacción de los medios con la institución.

La presentación de la información se realizará por separado, de los años 2012 y 2013, acompañado del análisis de cobertura de los medios: televisivos, prensa escrita y radio para posteriormente contrastar entre los dos años, y realizar la interpretación y conclusiones.

#### 4.1.1 Cobertura de medios durante el año 2012.

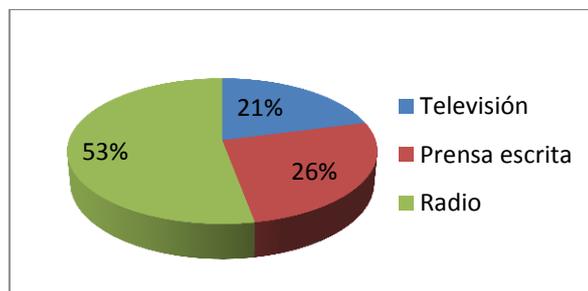


Figura 19. Cobertura de medios durante el año 2012 en Senplades Zona 8

Fuente: Archivos Senplades

Durante el año 2012 se realizó cuarenta eventos, de los cuales se escogió veinte de importancia que tuvo repercusión en medios de la zona. El 53% corresponde a radios, 26%, periódicos y 21% a televisión.

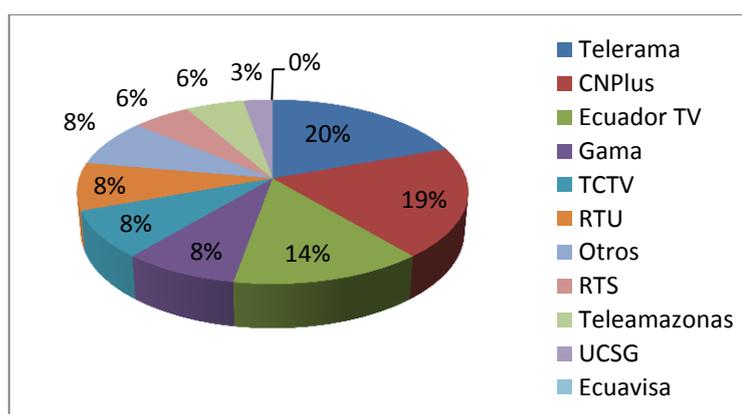


Figura 20. Cobertura de medios televisivos, año 2012

Fuente: Archivos Senplades

Con respecto a los medios de comunicación televisivos, Telerama lidera las cifras en coberturas con el 20%; luego está Ecuador TV, 19% y en tercer lugar CN Plus, 14%; seguido de Gama Tv, TC Televisión, RTU y otros medios con el 8%. Los canales RTS y Teleamazonas registran el 6%; el canal de la Universidad Católica de Guayaquil con el 3% y Ecuavisa no registra cifras de coberturas. Cabe mencionar que en cada evento que organiza la institución, la Unidad de comunicación cumple con el protocolo de invitar y realizar confirmaciones de asistencia a los medios.

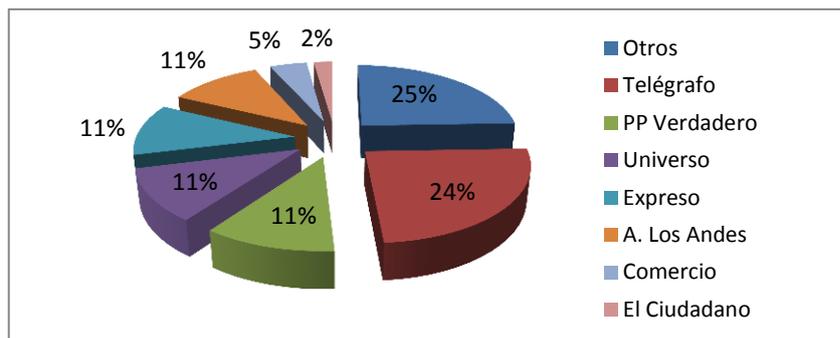


Figura 21. Cobertura de prensa escrita, año 2012

Fuente: Archivos Senplades

Tal como se señala en el gráfico, la cifra más alta de coberturas de prensa escrita es de otros medios; con el 25%, que corresponden a blogs, portales digitales, revistas y periódicos de circulación local. Continúa con el 24%, Diario El Telégrafo, mientras que el 11% lo comparten, Diario PP El Verdadero, Agencia Los Andes, El Universo y Expreso. La cobertura de Comercio en 2012 fue el 5%, y El Ciudadano 2%.

Los medios de circulación nacional, como: Universo, Expreso y Agencia Los Andes, tiene un escaso 11% de coberturas, sin embargo, esa limitación en la difusión de información, se ve compensada por las publicaciones realizadas en otros medios, que pertenecen a medios alternativos, como portales digitales.

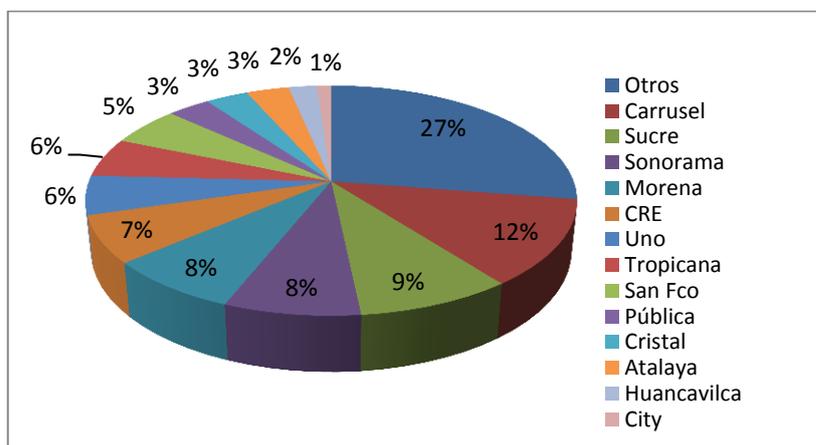


Figura 22. Cobertura de medios radiales, año 2012

Fuente: Archivos Senplades

En cuanto a la cobertura de medios radiales el 27% corresponde a otros medios, es decir, aquellos que no están dentro del grupo de las emisoras reconocidas y de trayectoria en la comunidad, pero son un soporte importante para la difusión institucional. El 12% es para

radio Carrusel, medio de importancia en la zona, que tiene entre su pauta diario de noticias, entrevistas y eventos que ocurren en la ciudad de Guayaquil. Con el 8% de cobertura está Sonorama y Morena. Radio CRE con el 7%; Uno y Tropicana 6%, San Francisco 5%. Pública, Cristal y Atalaya con el 3%.

Las cifras en cobertura de radio demuestran una tendencia baja para los medios públicos, sin embargo, las radios privadas, pese a que la cifra es baja han realizado mayores coberturas que los medios gubernamentales.

#### 4.1.2 Cobertura de medios durante el año 2013.

Durante el año 2013, se realizó 61 eventos, de los cuales 24 tuvieron tratamiento informativo, por su importancia vinculada a los ejes de trabajo de la institución. Según el monitoreo diario de noticias el 38% corresponde a prensa escrita, el 34% a radios y 28% a medios televisivos.

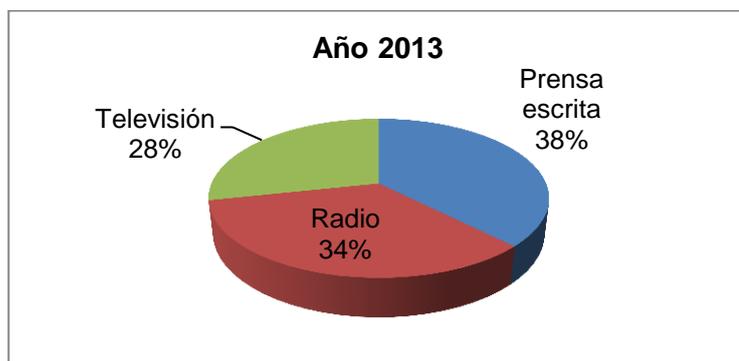


Figura 23. Cobertura de medios , año 2013

Fuente: Archivos Senplades

Hay una ligera variación de cifras con el año 2012, en el siguiente año creció la cobertura de la prensa escrita, y no necesariamente ese incremento se debe a que los medios ortodoxos hayan dado más importancia a las temáticas gubernamentales en sus pautajes diarios de noticias, sino que el aumento se debe a la presencia de los portales digitales y medios alternativos.

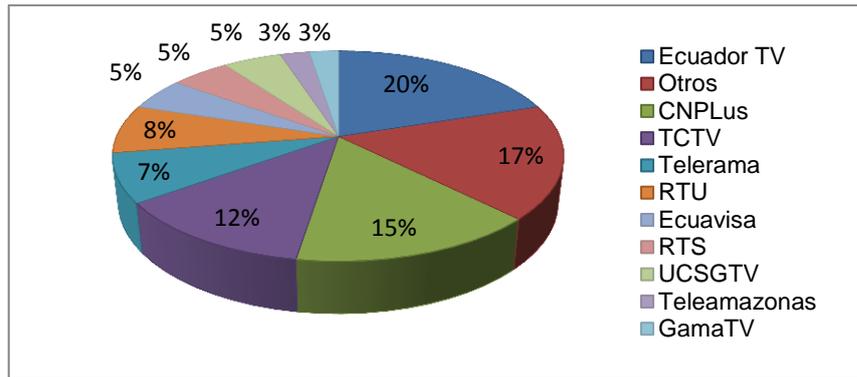


Figura 24. Cobertura de medios televisivos , año 2013

Fuente: Archivos Senplades

El gráfico descrito arriba detalla que el 20% de los eventos de Senplades en el año 2013 se difundió a través de Ecuador TV, el 17% los realizó otros medios, el 15% CN Plus y 12% TCTV. El 8% es para Telerama y el 7% RTU; en menor proporción, 5% pertenece a los medios privados. En último lugar están Gama TV con el 3%.

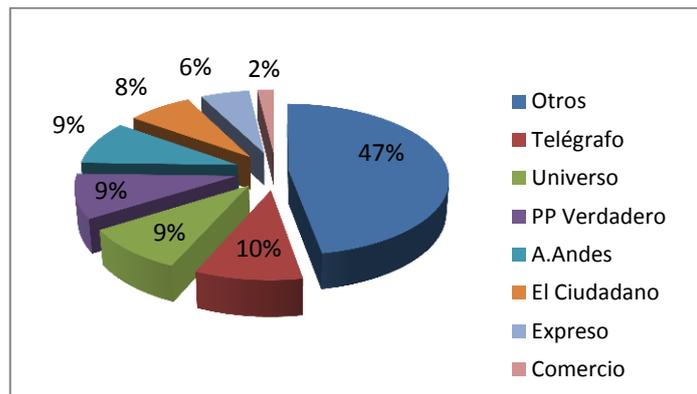


Figura 25. Cobertura de prensa escrita , año 2013

Fuente: Archivos institucionales

En el año 2013 la mayor cifra de las publicaciones en prensa escrita se realizó en medios no tradicionales: portales virtuales como Noticias Gye, Ecuador Inmediato, Doble Vía, Mi noticiero Matinal, La Noticia de Durán, etc. El 10% fue para Diario El Telégrafo; 9% PP Verdadero, Agencia Los Andes y el Universo; 8%, el Ciudadano; 6%, Diario Expreso y el Comercio ocupa el último lugar con el 2%.

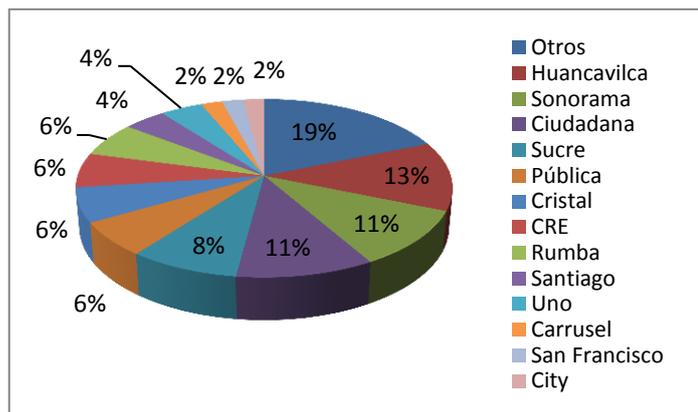


Figura 25. Cobertura de medios radiales , año 2013

Fuente: Archivos Senplades

El 19% de las radios no tradicionales difundieron noticias de la institución en 2013. Radio Huancavilca, a través de su portal web registró un 13% de las acciones comunicacionales que se difundieron por este espacio. En segundo lugar, está Radio La Ciudadana y Sonorama con el 11%; el 8%, radio Sucre; un 6% para radio Pública, Cristal, CRE y Rumba. Radio Santiago y Radio Uno, 4%. Hay una baja de cobertura para radio Carrusel, que el año anterior tenía un 12% para el siguiente año, su cobertura alcanza tan solo el 2%.

#### 4.1.3 Comparativo de coberturas: años 2012-2013.

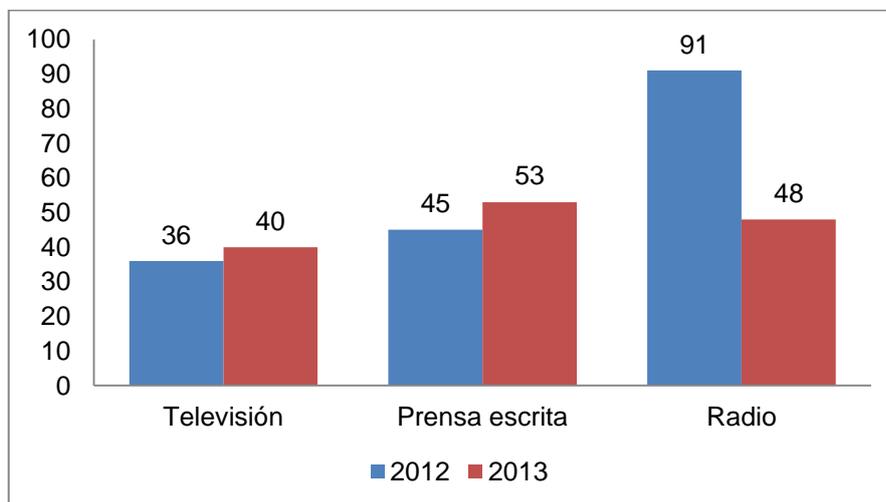


Figura 26. Comparativo de coberturas , año 2012-2013

Fuente: Archivos Senplades

En el análisis comparativo de las coberturas entre los años 2012-2013 se evidencia un crecimiento de los medios televisivos y prensa escrita, de un 4% de medios televisivos y un

8% en prensa escrita. Con respecto a la cobertura de medios radiales hay un decrecimiento del 91% que fue en el año 2012 bajó a 48% en el año 2013.

## Conclusiones

En resumen ninguno de los tres medios de comunicación: Televisión, Prensa Escrita y Radios cumplen con los parámetros de cien por ciento de cobertura. Las cifras están por debajo del cincuenta por ciento, que se podría calificar como deficiente. Es importante tomar decisiones rápidas a través de una serie estrategias y acciones comunicacionales que ayuden a fortalecer el relacionamiento con este público. El trabajo de Relaciones Públicas y la vocería oportuna de las principales autoridades serán claves para construir la imagen y amistad con los medios de la zona. Pero si, realizamos una lectura más detallada, del porqué de la cifra, gran parte de la respuesta están en los factores políticos que influyen en este resultado.

### 4.2 Análisis de Instituciones Públicas.

Para medir el nivel de conocimiento que tienen los funcionarios de las Instituciones del sector público de Senplades, se realizó una encuesta de 12 preguntas a 24 empleados públicos escogidos aleatoriamente, muchos de ellos se vincularon de alguna manera con la zonal o asistieron a algún evento de la institución.

En su mayoría se realizó preguntas cerradas, a excepto de cuatro preguntas abiertas para que los encuestados respondan en base a sus propias apreciaciones.

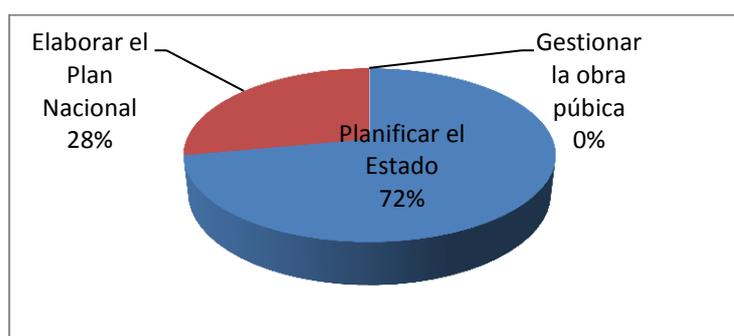


Figura 27. ¿A qué se dedica Senplades?

Fuente: Encuestas

El 72% respondió que Senplades planifica el estado y un 28% identificó como la entidad que solo se dedica a elaborar el Plan Nacional.

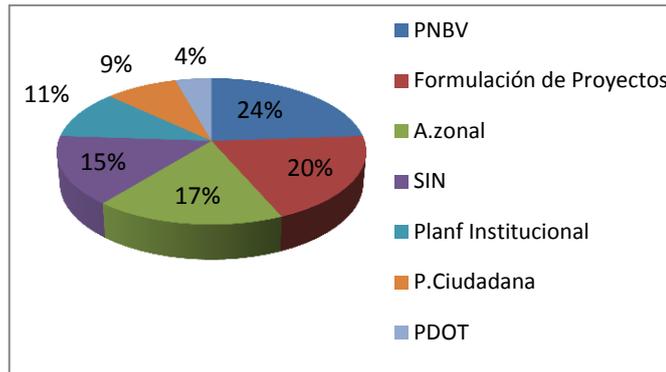


Figura 28. ¿Asistencias a eventos o capacitaciones durante el año 2013 hasta la actualidad?

Fuente: Encuestas

El 24% asistieron a capacitaciones o presentación del Plan Nacional; 20%, formulación de proyectos, 17% Agenda Zonal, 15% Sistema Nacional de Información y 11% Planificación Institucional.

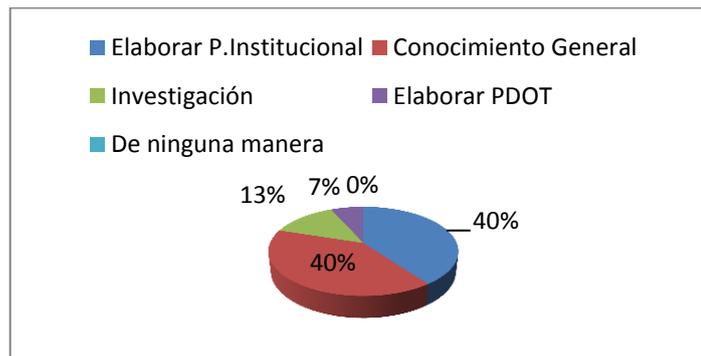


Figura 29. ¿De su participación en estos espacios de qué manera ha utilizado la información recibida?

Fuente: Encuestas

La información generada por la institución le ha sido útil a un 40% que la aplicó para elaborar la Planificación Institucional, otro 40% le sirvió para conocimiento general y un 13% como investigación, 7% PDOT que corresponde a respuestas de actores de los GAD.

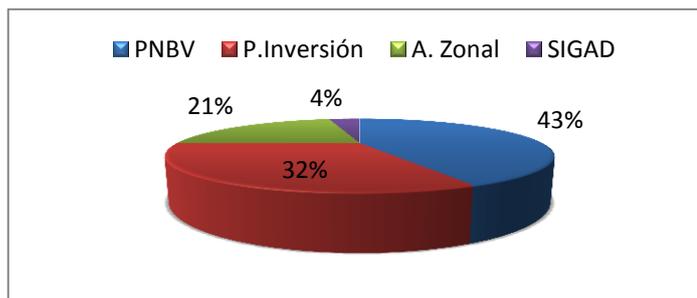


Figura 30. ¿Visitas a página web y temas consultados?

Fuente: Encuestas

La página web de Senplades es consultada por el 43% de funcionarios públicos quienes buscan temas como el Plan Nacional para el Buen Vivir; el 32% sobre proyectos de Inversión Pública; el 21% Agenda Zonal y un 4% SIGAD.

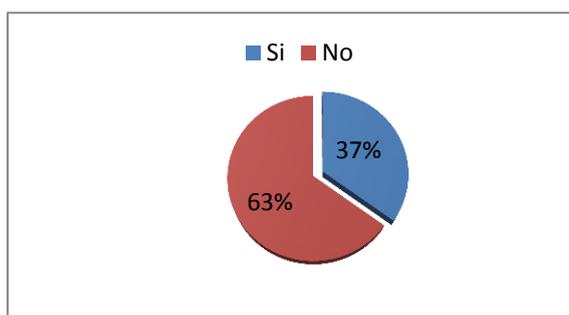


Figura 31. ¿Es seguidor de Senplades en redes sociales?

Fuente: Elaboración propia

De las personas que siguen a la institución por redes sociales contestaron que el 63% lo hace a través de Facebook y el 37% por twitter.

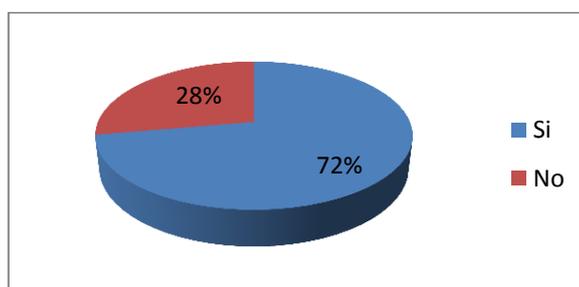


Figura 32. Conocimiento de la Agenda Zonal

Fuente: Encuestas

Con respecto a la pregunta del conocimiento de la Agenda Zonal como instrumento de planificación territorial, el 72% contestó que sí conocía el documento y el 28% no la identificaba.

Pero, solo el 57% la utiliza para su trabajo, quienes dijeron que recurren a ella para los siguientes ejercicios de planificación: relacionar la planificación nacional con la local, observando las líneas de trabajo que todo el sector público debe adherirse. Otros respondieron que lo hacen para revisar los proyectos de la zona, o como temas de investigación.

Entre las preguntas abiertas se refirió que los funcionarios respondan, qué documento publicado por Senplades ha sido de mayor utilidad en su trabajo, en su mayoría contestaron el Plan Nacional, Agenda Zonal y Distritos y Circuitos.

Otra pregunta se relacionó al nivel de recordación que los funcionarios tenían con respecto a las socializaciones realizadas y si fueron de utilidad.

De todas las socializaciones realizadas los encuestados respondieron que el Plan Nacional para el Buen Vivir es el documento que más recuerdan, y el más utilizado para su trabajo, sin embargo, mencionaron también el Atlas Geográfico del Ecuador; Atlas de las desigualdades socioeconómicas y la formulación de proyectos de Inversión Pública.

Otro grupo recordó como importante, las directrices para el Plan Anual de Inversión, registro de Proyectos en el SIPeIP, el tema de la Transformación de la Matriz Productiva y el Sistema Nacional de Información. Estas temáticas forman parte del trabajo con el que debe familiarizarse todo funcionario público, para insertarse en el proceso del Sistema Nacional de Planificación y aportar, a través del trabajo planificado, para lograr el Buen Vivir en la zona.

## **Conclusiones**

En conclusión se observa un alto nivel de comprensión de las temáticas que socializa la institución por parte de los funcionarios públicos, lo cual aporta para que la planificación que las instituciones realizan desde los territorios cumplan con los procedimientos establecidos, dentro del proceso de planificación participativa.

### 4.3 Análisis de encuestas a la Ciudadanía.

Las encuestas a la ciudadanía se realizaron durante los meses de mayo a junio del 2014, contienen 4 preguntas cerradas y 2 abiertas. Se utilizó el correo electrónico y llamadas telefónicas para recoger la información, el grupo pertenece a diversos sectores de la ciudad, así como rangos de edad, entre profesionales, estudiantes y ciudadanía en general.

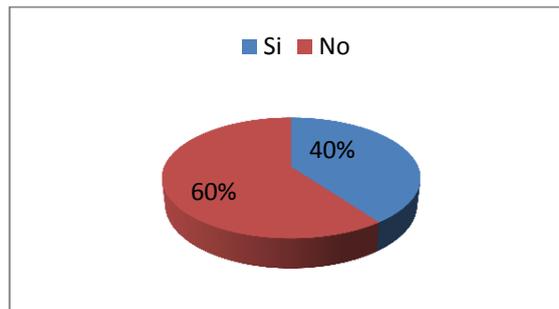


Figura 33. Conocimiento de Senplades

Fuente: Encuestas

De las personas consultadas el 60% respondió que no conoce Senplades mientras el 40% afirmó que sí conocía.

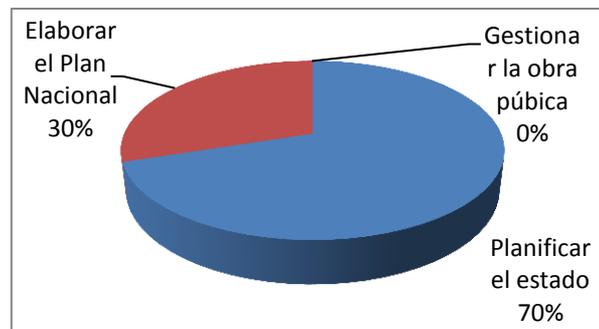


Figura 34. A qué se dedica Senplades

Fuente: Encuestas

El 70% de la ciudadanía identifica a la institución, como gestora la planificación, el 30%, expresa que elabora el Plan Nacional.

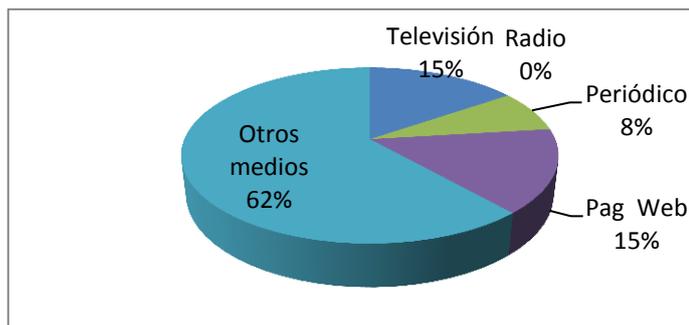


Figura 35. ¿Cómo se enteró o relacionó con la institución?

Fuente: Encuestas

El 62% de los ciudadanos que conocen Senplades ha llegado a través de otros medios, tales como ferias ciudadanas, eventos, talleres y un escaso 15% se enteró de su existencia a través de la televisión y por la página web. De todos los encuestados solo el 2% contestó que el vocero oficial de la institución es Pabel Muñoz, mientras el 1% nombró a Fander Falconí como los rostros visibles de la institución.

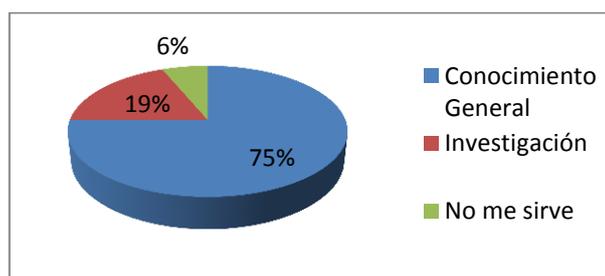


Figura 36. ¿De qué manera le sirve la información?

Fuente: Encuestas

El 75% de los ciudadanos expresaron que la información de Senplades le ha servido como conocimiento general, el 19% utilizan la información como fuente de investigación, en este grupo se incluyen a docentes y estudiantes. Sólo el 6% contestó que la información no le ha sido de utilidad.

¿Cómo acceden a la información, que genera la institución?, los ciudadanos contestaron que lo hacen a través de las redes sociales twitter y facebook, aunque no todos utilizan estas herramienta.

El 40% de las personas que conocen la institución contestaron que la función de la Senplades es importante para el país. A continuación se adjunta algunas de las reflexiones de los encuestados:

- “Senplades es la institución responsable de que Ecuador camine correctamente”. Andrea Vera (Estudiante)
- “Es una institución que toma en cuenta a la ciudadanía en la elaboración de las políticas públicas”. Es la primera vez se defienden los derechos de los adultos mayores y eso lo debemos al plan nacional para el buen vivir”. Manuel Salto (Adulto mayor).
- “Están preocupadas de que las cosas en el país se hagan de forma más planificada”. Fernando León Villamar (ciudadano de Samborondón).
- “La planificación es un eje importante para el desarrollo de un país. Es importante fijarse metas y a través del Plan Nacional se está articulando el trabajo entre los diferentes ministerios”. Mabel Arias (Estudiante).

El grupo consultado aportó con algunas sugerencias: Que se realice una mayor difusión sobre Senplades y el Plan Nacional para el Buen Vivir, que la institución esté más cercana a la ciudadanía para que se conviertan en entes transformadores del cambio que vive el país. Que el discurso menos técnico y más sencillo para llegar a los diferentes estratos sociales de la zona.

#### **4.4. Relacionamiento con la ciudadanía.**

Analizando las actividades de relacionamiento de la institución con la ciudadanía durante el año 2013, un total 11.720 ciudadanos tuvieron una comunicación interpersonal directa a través de 7 ferias, donde conocieron los principales productos, proyectos y actividades. El cuadro explicativo detalla que un 51% de personas se relacionaron con la institución en la feria Socio País y el 26% en Monte Sinaí, el resto pertenecen a otros espacios de importancia para la zona.

En conclusión, al analizar a este público estratégico con el cual la institución se relaciona vemos que hay un alto porcentaje de la población, 60% que no conoce a la Institución, en contraste ese 40% consultado en algún momento llegó a tener contacto con Senplades y ve de forma positiva la labor que se realiza. De igual manera, un 51% del relacionamiento directo con la ciudadanía se da a través de ferias organizadas en diferentes sitios de la ciudad.

#### 4.4.1 Participación en ferias.

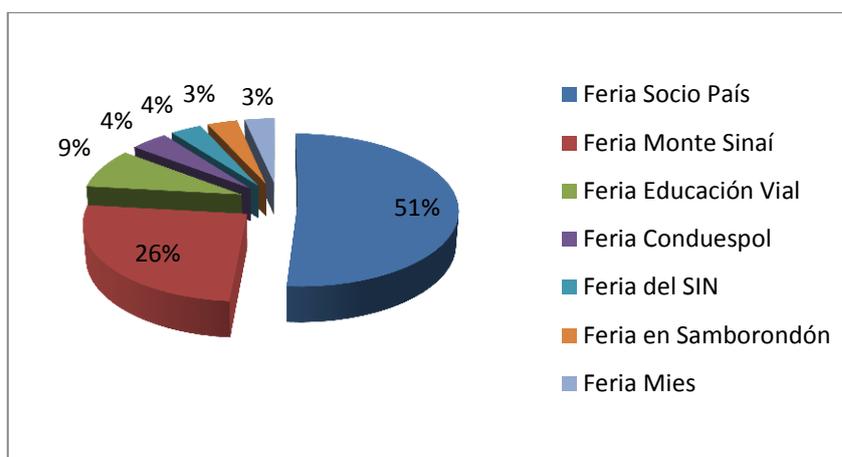


Figura 37. Participación de la institución en ferias

Fuente: Archivos institucionales

#### 4.4.2 Presentación del Plan Nacional 2013-2017 a públicos de la Zona 8.

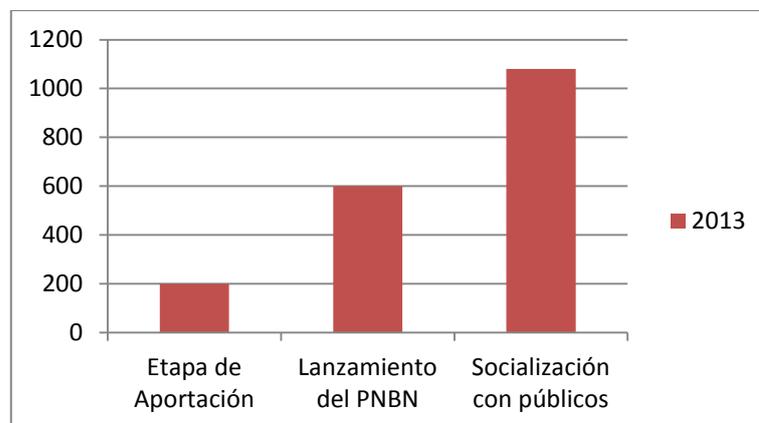


Figura 38. Presentación del Plan Nacional 2013-2017 a públicos de la Zona

Fuente: archivos institucionales

Durante el año 2013 se realizaron importantes eventos que se socializaron con la ciudadanía, por ejemplo, la construcción participativa del Plan Nacional para el Buen Vivir tuvo varias etapas: aportaciones, lanzamiento y socialización con varios públicos (Academias, cuerpos colegiales, GLBTI e Instituciones del Ejecutivo). Además se realizaron otros eventos de importancia tales como el lanzamiento de los proyectos emblemáticos de la zona 8, documento al que la ciudadanía tuvo acceso para conocer las principales obras de inversión pública que el Gobierno Nacional construye en la zona.

#### 4.4.3 Lanzamiento de Proyectos emblemáticos.

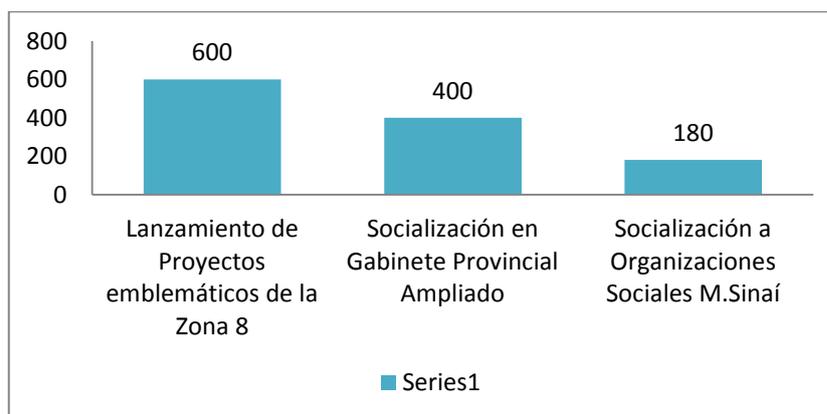


Figura 39. Lanzamiento de Proyectos emblemáticos

Fuente: archivos institucionales

En conclusión vemos que el relacionamiento entre la institución y los ciudadanos es bajo, aunque las vías utilizadas para lograr llegar a este público estratégico, va por buen camino, lo que se demanda es la organización de más ferias y espacios de encuentro común para replicar el mensaje de la planificación a este público.

#### 4.5. Propuesta: Plan de Comunicación dirigido a públicos estratégicos.

Tal como se abordó en el primer capítulo, donde se explica la importancia de unir la auditoría a un Plan de Comunicación. Si bien la primera, es una herramienta que ayuda al diagnóstico de la institución, no puede separarse o aislarse del plan que orienta el funcionamiento de la comunicación, en este caso, con los públicos estratégicos.

Por ello, en las páginas subsiguientes se agrega un cuadro con todas actividades a ejecutar para contrarrestar, las falencias encontradas en el presente estudio. El cuadro recoge los elementos más importantes con los que debe contar un plan. El primer componente es la identificación de los ejes de trabajo acordados por la institución, los que está relacionados con el Plan Nacional: Erradicación de la pobreza, Matriz Productiva, Transformación del Estado y Relaciones de Poder y Planificación Territorial; luego viene la evaluación de los públicos con quienes se va a trabajar, las actividades y los objetivos que se pretende alcanzar.

Además define en qué periodo de tiempo se debe ejecutar, los productos comunicacionales a utilizar, costos y resultados que se pretende conseguir, así como el indicador que se utilizará para medir los resultados de las acciones ejecutadas.

De igual manera los resultados esperados están en concordancia con los objetivos generales planteados en la presente tesis, y con los objetivos, misión y visión de la institución.

**PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN DIRIGIDO A PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DE SENPLADES ZONA 8**

<b>EJES DE COMUNICACIÓN</b>	<b>PÚBLICOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>INICIO</b>	<b>DÍAS</b>	<b>FIN</b>	<b>PRODUCTOS COMUNICACIONALES</b>	<b>COSTO</b>	<b>RESULTADOS ESPERADOS</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>PLANIFICACIÓN TERRITORIAL, ERRADICACIÓN DE LA OBREZA Y TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO</b>	<b>Instituciones del Ejecutivo, GAD, organizaciones sociales, ciudadanía y medios de comunicación</b>	Evento masivo	Posicionar a Senplades como referente de la Planificación y transparentar el trabajo que realiza ante la ciudadanía	Todo el personal de la Subsecretaría	19 de marzo	1 día	19 de marzo	Boletín de prensa, CD con la información de rendición de cuentas, video para información en noticiero Buen Vivir.	USD 200,00	Posición mediática de la institución. Mayor difusión de su imagen y ubicación estratégica entre su público claves.	Monitoreo de medios y listado de asistencia
<b>PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y PROSPECTIVA</b>	<b>Ciudadanía</b>	Agenda de medios	Posicionar a la Agenda Zonal como documento de referencia en la planificación local	Secretario Nacional y Subsecretaría Zonal	12 de enero	3 días	14 de enero	Ayuda memoria y redes sociales	USD 60,00	Posición mediática de la institución. Mayor difusión del mensaje y presencia estratégica de los voceros institucionales en medios de la zona.	Monitoreo de medios
	<b>GAD, Instituciones del Ejecutivo, Consejo Ciudadano y Medios de Comunicación</b>	Lanzamiento del libro de la Agenda Zonal	Convertir a Senplades como el referente de la planificación nacional. Que la Agenda Zonal sea un instrumento potencial de planificación en el territorio.	Secretario Nacional y Subsecretaría Zonal	15 de enero	1 día	15 de enero	Impresión de 1000 agendas Zonales, CD con contenido de A. Zonal, boletines de prensa, sketch del ciclo explicativo de la planificación, boletín de prensa y redes sociales	4,000	Utilización de la Agenda Zonal para la elaboración de PDOT y para la Planificación Institucional. Reconocimiento del documento y fuente de consulta.	Monitoreo de medios y listado de asistencia

**PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y PROSPECTIVA**

<b>Gobiernos Autónomos Descentralizados</b>	Visitas a territorio, recorridos a Juntas parroquiales	Afianzar la comunicación estratégica con los GAD de la Zona	Subsecretaría	8 de enero	1 por mes	8 de junio	Boletines de prensa	USD 600,00	Relacionamiento estratégico con los presidentes de juntas parroquiales	Monitoreo de publicaciones en prensa
<b>Medios de Comunicación y Gobiernos Autónomos Descentralizados (Municipales, provinciales y cantonales)</b>	Desayuno para informar sobre la culminación de los PDOT Municipales e inicio de los Planes Provinciales y cantonales	Posicionar a Senplades como referente de la Planificación y mostrar resultados del acompañamiento técnico y asesoramiento dado a los GAD Municipales para elaborar los PDO en los plazos establecidos	Subsecretaría Zonal, Dirección de Planificación y Unidad Comunicación	12 de marzo	1 día	12 de marzo	Boletín de prensa, ayuda memoria a vocero, redes sociales	USD 400,00	Difusión local y nacional del trabajo de Senplades como ente planificador. Posicionamiento de la imagen ante la ciudadanía.	Monitoreo de medios y listado de asistencia
<b>Medios de Comunicación y Gobiernos Autónomos Descentralizados (Provincial y Cantonal)</b>	Rueda de prensa aprobación de PDOT Provincial y parroquial	Posicionar a la Senplades como referente de la planificación local	Dirección de Planificación y Unidad de Comunicación Zona 8, Concejo Provincial del Guayas	1 de septiembre	1 día	1 de septiembre	Boletín de prensa y redes sociales y café para periodistas	USD 120,00	Efecto mediático en medios de comunicación. Relacionamiento estratégico con Gobierno Provincial del Guayas	Monitoreo de medios y listado de asistencia
<b>Instituciones del Ejecutivo</b>	Taller	Seguimiento a la planificación institucional. Evaluar el avance de los indicadores del Plan Nacional para el Buen Vivir	Dirección de Planificación	enero	3 veces al año	Noviembre	Boletines de prensa y redes sociales	USD 300,00	Alinear la planificación nacional con la local y cumplir con los objetivos del plan en sus tres ejes	Monitoreo de medios y listado de asistencia

<b>PLANIFICACION TERRITORIAL Y PROSPECTIVA</b>	<b>Instituciones del Ejecutivo y GAD</b>	Taller de asistencia técnica	Fomentar las capacidades de los involucrados en la formulación de proyectos de inversión pública y el manejo del Sistema de Inversión Pública	Dirección de Inversión de Seguimiento y Evaluación	Ene-15	Capacitaciones trimestrales	15 de diciembre	Boletín de prensa y redes sociales	USD 300,00	Lograr que los GAD y las instituciones del ejecutivo participen en el proceso de planificación participativa, que sus proyectos estén en concordancia con la planificación nacional, y garanticen una adecuada inversión pública.	Listado de asistentes al evento
<b>PLANIFICACION TERRITORIAL Y ERRADICACION DE LA POBREZA</b>	<b>Medios de Comunicación</b>	Recorrido a proyectos emblemáticos de la zona	Difundir la inversión pública que el Gobierno Nacional realiza en la zona para garantizar el Buen vivir y erradicar la pobreza	Dirección de Inversión de Seguimiento y Evaluación y Unidad de Comunicación	8 de julio	1 día	8 de julio	Boletín de prensa, ayuda memoria para vocero con cifras de inversión	USD 350,00	Difusión mediática de los logros institucionales y de gobierno. Buena imagen y ubicación estratégica global de la institución como rectora de la planificación	Monitoreo de medios y listado de asistencia

<b>ERRADICACIÓN DE LA POBREZA Y TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO</b>	<b>Instituciones del Ejecutivo</b>	Reuniones de trabajo Intersectoriales	Liderar la planificación local, y coordinar entre las instituciones públicas los procesos de planificación territorial.	Dirección de Transformación del Estado	febrero	1 por mes	Noviembre	redes sociales	USD 100,00	Lograr una planificación integral con el sector público para erradicar la pobreza en la zona.	Listado de asistencia de invitados
	<b>Instituciones Públicas y medios de comunicación</b>	Recorridos en territorio	Mostrar el avance de trabajo de las instituciones públicas en el Golfo de Guayaquil	Subsecretaría Zonal e instituciones interventoras en el territorio	01-Jun	1	Jun-15	Rueda de prensa conjunta con ministerios involucrados	USD 750,00	Posición estratégica de la instituciones y del gobierno en el avance de la erradicación de la pobreza	Monitoreo de medios y listado de asistencia
<b>TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO</b>	<b>Instituciones del Ejecutivo y medios de comunicación</b>	Gabinete Zonal	Gestionar el seguimiento a los acuerdos y compromisos en el Gabinete Zonal	Dirección de Transformación del Estado	Febrero	3 Gabinetes al año	noviembre	Boletines de prensa y redes sociales	USD 600,00	Logros tangibles en el proceso de cumplimiento y reorganización de las instituciones públicas en el territorio	Listado de asistencia y monitoreo de medios
<b>PLANIFICACIÓN TERRITORIAL, TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO Y RELACIONES DE PODER</b>	<b>Ciudadanía</b>	Ferias Ciudadanas	Difundir los logros de la planificación y del gobierno en la zona a través de la obra pública y la socialización de la división territorial en zonas, distritos y circuitos	Unidad de comunicación y personal de la zonal	Enero	2 feria por mes	Diciembre	Folletos 100 logros de la revolución ciudadana, proyectos emblemáticos de la zona 8 y Zonas, Distritos y Circuitos	USD 2,000	Posición estratégico de la institución y de los logros del Gobierno Nacional ante la ciudadanía	Listado de asistencia para medir la cantidad de público que visita en stand de la institución

<b>TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO Y RELACIONES DE PODER</b>	<b>Organizaciones sociales</b>	Talleres	Socializar el Plan Nacional para el Buen Vivir a organizaciones sociales de la zona	Unidad de Participación Ciudadana	Enero	3 veces al año	No-viembre	Diapositivas de los 12 objetivos del plan y boletines de prensa	USD 900,00	Posicionamiento estratégico de la institución y de los logros del Gobierno antes líderes y miembros de organizaciones sociales	Listado de asistentes al evento
<b>MATRIZ PRODUCTIVA, ERRADICACIÓN DE LA POBREZA</b>	<b>Medios de Comunicación</b>	Taller de capacitación	Dar a conocer los principales ejes de trabajo del Plan Nacional con el objetivo de lograr el Buen Vivir en el Territorio.	Dirección de Planificación y Unidad de Comunicación	Jun-19	1 día	19 de junio	Bolso con los productos de la imagen institucional (Plan Nacional para el Buen Vivir, Agenda, gorras, plumas, lápices, carpeta, folletería)	USD 1.150,00	Relacionamiento estratégico con medios de comunicación. Estrechar lazos de amistad entre la institución, el vocero y los medios de la zona	Monitoreo de medios y listado de asistencia
<b>PLANIFICACIÓN TERRITORIAL, ERRADICACIÓN DE LA POBREZA Y TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO</b>	<b>Medios de Comunicación</b>	Desayuno con medios	Mostrar los logros anuales de la planificación en territorio	Subsecretaría y Unidad de Comunicación	Dic-10	1 día	Dic-10	Boletín de prensa	USD 150,00	Difusión mediática de los logros anuales de la institución y posicionamiento estratégico con los medios	Monitoreo de medios y listado de asistencia

## CONCLUSIONES

Después de realizar una investigación detallada del funcionamiento de la comunicación externa de Senplades Zona 8 que permitan el posicionamiento estratégico de su rol de planificación con sus públicos, en el presente estudio se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ La institucionalidad pública y medios de comunicación tiene un alto nivel reconocimiento e identificación de la institución.
- ✓ La institución ha realizado una excelente socialización de sus herramientas o productos de planificación, tales como el Plan Nacional para el Buen Vivir y Agenda Zonal con sus públicos (GAD e instituciones del ejecutivo), durante la etapa de diagnóstico, como después de su presentación oficial, que han permitido involucrarlos en el proceso de planificación participativa.
- ✓ En cuanto a las debilidades hace falta una mayor cobertura y presencia de medios de comunicación en los eventos de la zona, para que la información de la planificación del estado llegue masivamente a la ciudadanía a través de los canales tradicionales de comunicación.
- ✓ El posicionamiento e imagen institucional, se ven afectados ante sus públicos, principalmente medios de comunicación, debido a los factores políticos que influyen en el relacionamiento y resultados de la planificación participativa, que no permiten que llegue a un cien por ciento de la población.
- ✓ Existe un bajo nivel de reconocimiento e identificación de Senplades por parte de la ciudadanía, si bien la institución ha realizado ferias que permiten afianzar la comunicación con este público, su involucramiento en el proceso de transformación del estado y construcción del poder popular aún es deficiente. Sin embargo, los actores que integran el Consejo Ciudadano Sectorial de Planificación, entes representantes de los ciudadanos en esta cartera de estado, ha tenido una buena participación con su aportaciones en la construcción del Buen Vivir de la Zona.

## RECOMENDACIONES

En respuesta a las conclusiones llegadas, luego de la mencionada investigación se establecen las siguientes recomendaciones:

En primer término es tomar acciones inmediatas para contrarrestar las falencias encontradas, la propuesta es poner en marcha un plan de comunicación dirigido a trabajar en el posicionamiento de la imagen institucional y su rol planificador con sus públicos, para lo cual se han detallado una serie de actividades que cumplan con los objetivos planteados y que están correlacionadas con los ejes estratégicos de la institución a nivel nacional.

- ✓ Acercamiento de la institución con los públicos estratégico, principalmente (Gobiernos Autónomos Descentralizados) para llegar a acuerdos que permitan el trabajo conjunto y el desarrollo del Buen Vivir en la Zona.
- ✓ Organización de más eventos, atados a los ejes estratégicos de la institución en especial con los medios de comunicación que permitan unir lazos más cercanos con este público para garantizar, el cien por ciento de cobertura de todas acciones comunicacionales que se organicen desde la zona. Cabe mencionar que el plan propone estas estrategias en todas sus actividades.
- ✓ Construir espacios de encuentro común, tales como ferias que sean un enlace entre la Senplades y ciudadanía para socializar los programas, productos y servicios que ofrece la institución. Así, se garantizará la inserción los ciudadanos en la política pública, y la construcción del poder popular como establece el Plan Nacional para el Buen Vivir.
- ✓ Continuar socializando las principales herramientas de la planificación en diversos espacios. Plan Nacional, Agenda Zonal para que los públicos, en especial (GAD e instituciones del ejecutivo) se alineen a la planificación local y nacional.
- ✓ La comunicación, ha tenido una importante transformación a partir del año 2007, el marco legal vigente obliga a las instituciones públicas a transparentar la información que realizan, pero es importante que tengan una metodología estandarizada, para implementar anualmente su auditoría comunicacional. Como sugerencia a un futuro estudio sobre el tema, sería una auditoría de la comunicación, que incluya a todo el sector público de la zona 8.

## BIBLIOGRAFIA

### Libros

- Abad,G. (2011). El club de la pelea. Gobierno y medios, un entramado de fuerzas y debilidades. Quito: Quipus.
- Asamblea, N. (2008). Constitución del Ecuador. Quito-Ecuador: S/E.
- Asamblea, N. (2010). Código Orgánico Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad). Quito- Ecuador: S/E.
- Borja, R. (2012).Enciclopedia de la Política. México: Ediciones Progreso S.A.
- Capriotti, P (2013). Planificación Estratégica de la imagen corporativa. Ediciones: IIRP
- Costa, J. (2010). El Dircom hoy. Barcelona: Costa Punto Com.
- Garrido, Francisco. (2004). Comunicación Estratégica. España: Ediciones Gestión 2000.
- Ocampo M.C. (2011). Comunicación Empresarial: Universidad de la Sabana.
- Secretaría Técnica para la Erradicación de la Pobreza/Senplades, (2014). Quito, Ecuador: S/E.
- Senplades, ( 2010). Agenda Zonal para el Buen Vivir. Quito,Ecuador: CIMAX.
- Senplades, (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir: S/E.

### Páginas Web

- Abad G. (2013). Medios, periodismo, responsabilidad social: en busca de políticas públicas en el Ecuador, de <http://www.revistachasqui.com/index.php/chasqui/article/view/13/27>.
- Agencia Los Andes. (28 de 11 de 2013). En Ecuador, la banca y los medios privados en Ecuador pudieron generar una crisis como la del 99, revela WikiLeas. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/2004-banca-medios-privados-ecuador-pudieron-generar-crisis-99-revela-wikileaks.html>.
- Beltrán,F.F. (05 de 05 de 2009). Seminario mapa de públicos. Recuperado el 11 de 05 de 2014, de [www.unionprofesional.com](http://www.unionprofesional.com)
- Cerezo,C.R.(S/D de S/M de S/A). De la auditoría contable a la auditoría de la comunicación. Recuperado el 12 de 08 de 2014, de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=8791&id\\_libro=421](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8791&id_libro=421).
- Comercio E. (01 de 06 de 1994). El Conade un nuevo: ¿Ministerio?. Quito,Pichincha, Ecuador. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-conade-un-nuevo-ministerio-39904.html>.

Comercio E. (06 de 07 de 2010). El PSC gobierna en la Alcaldía de Durán. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/psc-gobierna-alcaldia-duran.html>

Comercio E. (09 de 10 de 2012). Jaime Nebot: Hoy las ideologías y acciones extremistas han fracasado. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/politica/jaime-nebot-hoy-ideologias-y.html>.

Comercio, E. (13 de 08 de 2012). El PSC domina 20 años en Guayaquil. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/politica/psc-domina-20-anos-guayaquil.html>.

Diario el Tiempo, (2012). Juez niega acción contra orden de Correa que prohíbe entrevista de Ministros. Recuperado el 30 de 03 de 2014, de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/105897-juez-niega-accia-n-contra-orden-de-correa-que-proha-be-entrevistas-de-ministros/>

Diario Hoy. (28 de 09 de 1994). Adiós Conade pero sigue la Planificación. Quito, Pichinca, Ecuador. <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/adios-conade-pero-sigue-planificacion-28428.html>

Ecuador Inmediato, (2007). Presidente Correa defiende Socialismo del Siglo XXI para Ecuador, de [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_viem&id=52922&umt=presidente\\_correa\\_defiende\\_socialismo\\_del\\_sig](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_viem&id=52922&umt=presidente_correa_defiende_socialismo_del_sig)

Ecuador Inmediato,(25 de 04 de 2007). "Presidente Correa defiende Socialismo del siglo XXI para Ecuador". Recuperado el 20 de 07 del 2014, de [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=52922&umt=presidente\\_correa\\_defiende\\_socialismo\\_del\\_siglo\\_xxi\\_para\\_ecuador](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=52922&umt=presidente_correa_defiende_socialismo_del_siglo_xxi_para_ecuador)

El Comercio, (16 de 06 de 2012). Correa reitera prohibición a sus ministros de dar entrevistas a medios mercantilistas. Recuperado el 13 de 03 del 2014, de [http://www.elcomercio.com.ec/politica/Rafael-Correa-prohibe-ministros-entrevista-mercantilistas-libertad-expresion\\_0\\_719928044.html](http://www.elcomercio.com.ec/politica/Rafael-Correa-prohibe-ministros-entrevista-mercantilistas-libertad-expresion_0_719928044.html).

El Telégrafo. (06 de 03 de 2014). Infografía de Alcaldes. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/imagenes/eltelegrafo/politica/2014/06-03-14-infografia-alcaldes.jpg>.

El Universo,(22 de 06 de 2012). "Opositores temen persecución a los medios". Recuperado el 13 de 06 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/2012/06/23/1/1355/opositores-temen-persecucion-medios.html>

El Universo,(22 de 06 de 2012). "Opositores temen persecución a los medios". Recuperado el 13 de 06 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/2012/06/23/1/1355/opositores-temen-persecucion-medios.html>

El Universo.(20 de 06 de 2012). "ONU critica a presidente Correa por censurar a la prensa". Recuperado el 13 de 03 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/2012/06/20/1/1355/onu-critica-presidente-ecuadoriano-rafael-correa-censurar-prensa.html>

Falconí, F. (18 de 04 de 2012). Ecuador: El papel de los partidos políticos después de la Constitución. Recuperado el 21 de 08 de 2014, de <http://www.planificaci3n.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Ponencia-Secretario-Nacional-18abril2012.pdf>.

Fernandez, F. ( 09 de 06 de 2009). Mapa de P3blicos, de <http://es.slideshare.net/fernandezbeltran/el-mapa-de-pblicos>.

Finanzas,C.d. (02 de 10 de 2010). C3digo Org3nico de Planificaci3n y Finanzas. Recuperado el 16 de 08 de 2014, de <http://diccionario.administracionpublica.gob.ec/adjuntos/2codigo-orgnico-de-planificacion.pdf>.

Flacso. (01 de 12 de 2009). Ecuador: Percepci3n sobre los medios p3blicos en Ecuador. Recuperado el 30 de 03 de 2014, de [http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_300.pdf](http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_300.pdf).

Flacso. (s.f). Partido Social Cristiano. Recuperado el 24 de 06 de 2014, de <http://www.flacsoandes.org>.

García, Y. (13 de 05 de 2009). Madera de Guerrero renueva ideología de derecha de los socialcristianos. Recuperado el 26 de 06 de 2014, de [http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-politica-ecuador0/noticias-politica-ecuador/browse/48/ir\\_a/regional/article//madera-de-guerrero-renueva-la-ideologia-de-derecha-de-los-socialcristianoa-html](http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-politica-ecuador0/noticias-politica-ecuador/browse/48/ir_a/regional/article//madera-de-guerrero-renueva-la-ideologia-de-derecha-de-los-socialcristianoa-html).

Harnecker,M. (26 de 03 de 2012). Cinco reflexiones sobre el Socialismo del Siglo XXI de, Hoy, D. (24 de 02 de 2014). Guayaquil eligió a por cuarta ocasi3n a Nebot de, <http://www.labrujula.com.ec/noticias/quayaquil/374-quayaquil-eligi%C3%B3-por-cuarta-ocasi%C3%B3n-a-nebot.html>.

Hoy, D.(12 de 11 de 2006). Partido Social Cristinao en sus horas m3s difciles, pag. Polítca. <http://www.rebelion.org/docs/147047.pdf>

<http://www.vistazo.com/impresapais/imprimir.php?Vistazo.com&id=2543>

Jaume, U. (S.A). Mapa de Públicos, de <http://www.uji.es/bin/infoinst/docinst/magico/cs/4.pdf>.

La Haine. (S/A). Ignacio Ramonet: Hoy los medios de comunicación constituyen un poder. Recuperado el 30 de 03 de 2014, de [http://lahaine.org/internacional/ramonet\\_mediospoder.htm](http://lahaine.org/internacional/ramonet_mediospoder.htm)

La Hora. (10 de 02 de 2013). Alfredo Palacio dirige Odeplan y Copefen de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000140863/-1/Alfredo\\_Palacio\\_dirige\\_Odeplan\\_y\\_Copefen.html#.VCdQThaKKFQ](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000140863/-1/Alfredo_Palacio_dirige_Odeplan_y_Copefen.html#.VCdQThaKKFQ)

Mendoza, S.M. (26 de 12 de 2007). Entorno a la Investigación de las Relaciones Públicas. Recuperado el 17 de 08 de 2014, de [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200708Martinez\\_S.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200708Martinez_S.htm)

OBITEL,O.C. (2011). Memoria Social y Ficción Televisiva en Países Iberiamericanos, de [http://www.portalcomunicacion.com/monograficos\\_det.asp?id=250](http://www.portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=250).

Oller,B.Y (2013). Propuestas de Auditoría de comunicación para evaluar el nivel de eficiencia comunicacional de los organismos públicos, de [http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013\\_actas/193\\_Oller.pdf](http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/193_Oller.pdf)

Pimienta,M. (13 de 11 de 2013). La auditoría de la Comunicación Interna. Recuperado el 13 de 07 de 2014, de <http://www.revistadircom.com/redaccion/interna/1445-la-auditoria-de-la-comunicacion-interna.html>.

PP. Verdadero. (29 de 12 de 2013). En Samborondón hay problemas de agua potable y alcantarillado, de <http://diariopp.com.ec/pp-al-dia/item/en-samborondon-hay-problemas-de-agua-potable-y-alcantarillado.html>.

Prensa, L. (18 de 10 de 2002). Cierran la campaña electoral en Ecuador. Recuperado el 26 de 06 de 2014, de <http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2002/10/18/hoy/mundo/746474.html>.

Radio Huancavilca. (19 de 03 de 2014). Durán y la revolución ciudadana celebran el triunfo de Alexandra Arce. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://www.radiohuancavilca.com.ec/noticias/2004/03/19/duran-y-la-revolucion-ciudadana-celebraron-el-triunfo-de-alexandra-arce/>

Ramonet, I. (2003-2004). El Quito Poder. Recuperado el 30 de 03 de 2014, de <http://monde-diplomatique.es/2003/10/ramonet.html>.

Secretaria de Planificación. (23 de 06 de 2014). Sistema de información para los gobiernos autónomos descentralizados. Recuperado el 23 de 06 de 2014, de <http://www.planificacion.gob.ec/sistema-de-infromaicon-para-los-gobiernos-autonomos-desdcentralizados/>

Senplades. (10 de 09 de 2007). Recuperación del Estado Nacional para el Buen Vivir. Recuperado el 23 de 03 de 2014, de [www.planificacion.gob.ec/wp/uploads/downloads/2012/08/Recuperacion-del-Estado-Nacional-para-alcanzar-el-Buen-Vivir-MEMORIA-BIENAL-2007](http://www.planificacion.gob.ec/wp/uploads/downloads/2012/08/Recuperacion-del-Estado-Nacional-para-alcanzar-el-Buen-Vivir-MEMORIA-BIENAL-2007).

Senplades. (20 de 02 de 2014). Decreto Ejecutivo 1372. Recuperado el 23 de 03 de 2014, de [www.planificaicon.gob.ec/wp/uploads/downloads/2012/08/A-1.1-Decreto-Ejecutivo-1372-Creaci%C3%B3n-SENPLADES.-Registro-Oficial-Nro.-278..pdf](http://www.planificaicon.gob.ec/wp/uploads/downloads/2012/08/A-1.1-Decreto-Ejecutivo-1372-Creaci%C3%B3n-SENPLADES.-Registro-Oficial-Nro.-278..pdf).

Solis, D. (06 de 06 de 2010). La Revolución desde los territorios. Recuperado el 19 de 07 de 2014, de [http://www.politica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/discurso\\_4.pdf](http://www.politica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/discurso_4.pdf).

Telégrafo, E. (06 de 03 de 2014). Alcaldes socialcristianos serán los de mayor tiempo en el cargo, de <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/alcaldes-socialcristianos-seran-los-de-mas-tiempo-en-el-cargo.html>.

Telégrafo, E. (24 de 06 de 2012). Identidad de Guayaquil. <http://www.telegrafo.com.ec/cultura1/item/identidad-de-guayaquil.html>.

Terán, P.Q. (12 de 02 de 2014). ¿Y la Planificación?, Quito, Pichincha, Ecuador.

Tinel, F.X.(S.F.). Febres Cordero un coloso de pies de arcilla. Recuperado el 26 de 06 de 2014, de <https://www.flacso.org.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=22725>.

Torres,H. (20 de 07 de 2011). Monopolio de medios en Ecuador. Recuperado el 30 de 2014, de <https://letrasenlaperiferia.blogspot.com/2011/06/los-grupos-monopolicos-en-comunicacion.html>.

Vistazo,R. (2009). Guayaquil dijo Nebot, de <http://www.vistazo.com/impres/pais/imprimir.php?Vistazo.com&id=2543>.



- g) Planes de desarrollo y ordenamiento territorial
- h) Sistema Nacional de Información

**5)** *De los temas mencionados anteriormente, cuáles son los que más recuerda y le resulta más familiares.*

- a)
- b)
- c)
- d)

**6)** *Seleccione cuáles son los formatos que le sirven para complementar su información durante las coberturas*

- a) boletines de prensa
- b) grabaciones de audio
- c) grabaciones de video
- d) Ninguna

**7)** *Menciones qué otras opciones le servirían para su información. Favor sugerir lo que necesita que la institución le proporcione*

- a)
- b)
- c)

**8)** *Realiza seguimiento frecuente de la información generada por Senplades*

Si                      No

**9)** *A través de qué medios realiza el seguimiento. Seleccione cuáles son las opciones que más utiliza*

- a) Redes sociales (Twitter y Facebook)
- b) Página web
- c) Boletines de prensa

**10)** *Ha tenido dificultad para encontrar información de Senplades en la página web. Si es positivo explique por qué.*

**10)** *¿Ha tenido dificultades para recibir información de parte de Senplades Zona 8. Si es positivo menciones cuáles?*

- a)
- b)
- c)

**11)** *Sugiera opciones para recibir información de Senplades Zona 8*

- a)
- b)
- c)

**12)** *Ha tenido dificultad para entender la comunicación generada por Senplades. Si es positivo mencionar cuales han sido esas principales dificultades*

- a)
- b)
- c)

**13)** *Sugiera qué opciones son las recomendadas para entender los temas generados por Senplades Zona 8?*

- a) *Talleres de comunicación*
- b) *Videos*
- c) *Boletines de prensa*
- d) *Desayunos de trabajo*

**14)** *En qué horarios su medio de comunicación da preferencia a las coberturas.*

- a) 9h00 a 10h00
- b) 10h00 a 11h00
- c) 16h00 a 17h00
- d) 18h00 a 19h00

**15)** *Mencione tres voceros de Senplades que usted recuerde*

- a)
- b)
- c)

**16)** *Dentro del sector público en qué ubicación sitúa a Senplades para sus coberturas*

- a) Del 1 al 3

- b) Del 3 al 5
- c) Del 5 al 7
- d) Del 7 al 10

## CUESTIONARIO PARA EL SECTOR PÚBLICO

**Nombre:**

**Institución:**

**Cargo:**

1) Conoce Senplades:      Si                      No

2) A qué se dedica SENPLADES

- a) Gestionar la obra pública
- b) Planificar el estado
- c) Elaborar el Plan Nacional para el Buen Vivir

3) Usted tiene vinculación frecuente con Senplades. En caso de ser positivo explique cuáles han sido las vinculaciones

- a)
- b)
- c)

4) Ha asistido a eventos o capacitaciones de Senplades en el 2013?. Señale cuáles

- a) Agenda Zonal
- b) Sistema Nacional de Información
- c) Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
- d) Plan Nacional para el Buen Vivir
- e) Participación Ciudadana
- f) Formulación de Proyectos de Inversión Pública
- g) Planificación institucional

5) De su participación en estos espacios, de qué manera ha utilizado la información recibida

- a) Para elaborar la planificación institucional
- b) Para elaborar los planes de desarrollo y ordenamiento territorial

- c) Para realizar una investigación
  - d) Para conocimiento general
  - e) De ninguna manera
- 6)** *Consulta con frecuencia la página web de Senplades, en caso de ser positiva qué temas consulta*
- a) SIGAD
  - b) Plan Nacional para el Buen Vivir
  - c) Agenda Zonal
  - d) Proyectos de Inversión Pública
- 7)** *Es usted seguidor de Senplades en redes sociales?*
- Si                      no
- 8)** *Qué red sigue*
- a) Twitter
  - b) Facebook
- 9)** *Qué documento publicado por Senplades es de mayor utilidad para usted. Explique cuál*
- a)
  - b)
  - c)
- 10)** *Conoce la Agenda Zonal*
- Sí                      No
- 11)** *Utiliza la Agenda Zonal para su trabajo, de ser positiva la respuesta, explique para que casos la utiliza*
- 12)** *De todas las socializaciones realizadas por Senplades cuál es el tema que recuerda y que le ha sido de utilidad para su trabajo.*

### **CUESTIONARIO PARA TECNICO DE PLANIFICACION**

- 1)** *Qué procesos debe cumplir los GAD para que Senplades apruebe los Planes de Desarrollo y Ordenamiento territorial*

- 2) *En qué ley faculta a la Senplades aprobar los PDOT de los GAD*
- 3) *De los 10 GAD de la zona 8 cuáles son los que han cumplido con los PDOT durante el año 2013.*
- 4) *La planificación de los GAD están en concordancia con la Agenda Zonal y el Plan Nacional para el Buen Vivir.*
- 5) *Qué pasa si los Gad no cumplen con los establecidos con los PNBV y Agenda Zonal.*
- 6) *Ha habido suficiente capacitación para que los GAD cumplan con el mandato constitucional?. Cuántas capacitaciones se han realizado durante el 2013 a este grupo.*
- 7) *Para el 2014 qué actividades se van a realizar para la capacitación a los GAD y lograr que se cumplan el 100% de cumplimiento de los PDOT.*

### **CUESTIONARIO PARA LA CIUDADANIA**

Nombre:

Edad:

Lugar de residencia:

Sector al que pertenece:

- 1) Conoce usted la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades)

Si                      No

- 2) *A qué se dedica qué se dedica SENPLADES. Seleccione una alternativa*

- a) Gestionar la obra pública
- b) Planificar el estado
- c) Elaborar el Plan Nacional para el Buen Vivir
- d)

- 3) *Cómo se enteró de la existencia de Senplades*

- a) A través de la televisión
- b) Radio
- c) Periódico

- d) Página web
  - e) Otros medios
- 4)** *Conoce cuáles son los voceros de Senplades. Mencione dos nombres.*
- a)
  - b)
- 5)** *Cómo ciudadano de qué manera le ha servido la información que maneja Senplades.*
- a) Para investigación
  - b) Para conocimiento general
  - c) No me sirve
- 6)** *Es seguidor de Senplades en redes sociales. En caso de ser positivo especifique qué red sigue*
- a) Twitter
  - b) Facebook
- 7)** *Considera que la función de Senplades es importante para el país. Si es así explique por qué.*
- a)
  - b)
  - c)