



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previo a la obtención del título de:**

**INGENIERA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES.**

**TEMA:**

**“PLAN COMUNICACIONAL PARA MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL PERÍODO 2016 - 2020”**

**AUTORA:**

**MARÍA JANET COELLO CÓRDOVA**

**MACAS – ECUADOR**

**2016**

## **CERTIFICADO DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Sra. María Janet Coello Córdova quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

Ing. Hernán Patricio Moyano Vallejo  
**DIRECTOR TRIBUNAL**

---

Ing. Gladys Lucía Cazco Balseca  
**MIEMBRO TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, MARÍA JANET COELLO CÓRDOVA, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, febrero 11 del 2016

-----  
María Janet Coello Córdova

140053501-7

## **DEDICATORIA**

Al culminar una etapa más de mi vida, dedico este trabajo a mis padres Polivio Coello Solís (+) y Julia Córdova Ramón, mis hermanos Luis, Rigoberto, Marcelo, Olmedo, Mercedes y Nancy Coello Córdova, quienes han estado a mi lado brindándome fortaleza, han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar de mi capacidad, sin su apoyo no hubiese alcanzado mis metas. Es por ellos que soy lo que soy.

***Janet Coello***

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la vida, a mis padres y hermanos que con su apoyo incondicional han impulsado con entusiasmo y abnegación la carrera que hoy culmino. Hago extensivo un sincero agradecimiento a nuestros maestros de la ESPOCH de quienes nos llevamos sus más valiosos conocimientos y enseñanzas que los guardaremos como gratos recuerdos en nuestra vida. De manera especial al Ing. Patricio Moyano Vallejo y a la Ing. Gladis Cazco Balseca.

Al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa en la persona del señor Alcalde Dr. Saúl Cárdenas Riera por haber facilitado la información y colaboración necesaria para el desarrollo del presente trabajo.

Son varias las personas a las que tengo que agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles. Algunas están aquí conmigo, otras en mis recuerdos, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de este éxito.

Con todo mi cariño para las personas que hicieron todo para que alcance mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

*Janet Coello*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada .....	i
Certificado del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de tablas .....	ix
Índice de cuadros .....	x
Índice de gráficos.....	xii
Índice de figuras.....	xiii
Índice de anexos.....	xiv
Resumen ejecutivo .....	xv
Rummary .....	xvi
Introducción .....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1. Formulación del problema.....	2
1.1.2. Delimitación del problema .....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	4
1.3. OBJETIVOS .....	5
1.3.1. Objetivo General.....	5
1.3.2. Objetivos Específicos .....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	7
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	7
2.1.2 Misión Institucional.....	8
2.1.3 Visión Institucional.....	8
2.1.4 Objetivos institucionales.....	8
2.1.5 Valores Institucionales .....	9
2.1.6 Estructura Administrativa del GAD municipal del cantón Sucúa.....	11

2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	26
2.2.1.	Plan de comunicación .....	26
2.2.2.	Análisis del entorno .....	26
2.2.3.	Análisis interno .....	27
2.2.4.	Objetivos.....	27
2.2.5.	Públicos objetivos .....	28
2.2.6.	Plan de acciones.....	28
2.2.7.	Calendario o cronograma.....	29
2.2.8.	Presupuesto .....	29
2.2.9.	Control y seguimiento .....	29
2.2.10.	Imagen Corporativa .....	30
2.3	HIPÓTESIS .....	32
2.4	VARIABLES.....	32
2.4.1.	Variable Independiente.....	32
2.4.2.	Variable Dependiente .....	32
	<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>33</b>
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.2	METODOLOGÍA.....	33
3.2.1	Métodos de investigación .....	33
3.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.3.1	Investigación Bibliográfica.....	34
3.3.2	Investigación Documental .....	34
3.3.3	Investigación Descriptiva .....	35
3.3.4	Investigación de Campo .....	35
3.4	TÉCNICAS.....	35
3.4.1	La encuesta .....	35
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	35
3.5.1	Población .....	35
3.5.2	Muestra .....	36
3.5.3	Investigación realizada al Talento Humano del GAD Municipal del Cantón Sucúa.....	47
3.6	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	55
	<b>CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....</b>	<b>56</b>

4.1	PROPUESTA .....	56
4.1.1	Título .....	56
4.1.2	Objetivo .....	56
4.1.3	Público interno.....	56
4.1.4	Público externo .....	58
4.2	DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	58
4.2.1	Publicidad .....	58
4.2.2	Publicidad alternativa .....	67
4.2.3	Promoción.....	77
4.2.4	Capacitación: .....	86
4.2.5	Relaciones públicas: .....	95
4.3	PLAN OPERATIVO ANUAL .....	108
4.4	CRONOGRAMA .....	116
	CONCLUSIONES .....	119
	RECOMENDACIONES.....	121
	BIBLIOGRAFÍA .....	123
	ANEXOS .....	124



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Medios de comunicación .....	25
Tabla 2: Calificación de la imagen corporativa .....	37
Tabla 3: Imagen institucional .....	38
Tabla 4: Confianza de la población de los programas y proyectos .....	39
Tabla 5: Frecuencia de las reuniones informativas con la comunidad .....	40
Tabla 6: Atención a necesidades en las comunidades urbanas y rurales .....	41
Tabla 7: Atención del talento humano .....	42

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa.....	11
Cuadro 2: FODA del GADM del Cantón Sucúa .....	14
Cuadro 3: Competencias de la Dirección de Coordinación Interinstitucional.....	20
Cuadro 4: Datos poblacionales .....	58
Cuadro 5: Fechas de publicación por la prensa .....	59
Cuadro 6: Calendario para publicación en revista .....	60
Cuadro 7: Fechas para publicidad en TV.....	62
Cuadro 8: Guión_Entrevista al Alcalde en TV.....	63
Cuadro 9: Fechas para publicidad en redes sociales.....	64
Cuadro 10: Fechas correo mailing .....	66
Cuadro 11: Fecha para realización de afiches.....	67
Cuadro 12: Fechas para realización de trípticos informativos.....	72
Cuadro 13: Fechas para elaboración de banner .....	75
Cuadro 14: Fechas para elaboración de agendas .....	77
Cuadro 15: Cronograma para elaboración de calendarios .....	80
Cuadro 16: Cronograma para elaboración de llaveros.....	82
Cuadro 17: Fechas para elaboración de camisetas.....	84
Cuadro 18: Fechas para la elaboración de esferográficos.....	85
Cuadro 19: Cronograma de capacitación al talento humano en atención al cliente .....	86
Cuadro 20: Capacitaciones al talento humano en cultura organizacional .....	88
Cuadro 21: Fechas para la implementación de Buzón de quejas.....	89
Cuadro 22: Calendario para la elaboración del periódico mural institucional.....	91
Cuadro 23: Calendario para integración municipal .....	93
Cuadro 24: Fechas para la realización del festival deportivo municipal .....	95
Cuadro 25: Calendario para el diseño de la imagen corporativa .....	96
Cuadro 26: Calendario para el programa radial informativo .....	99
Cuadro 27: Calendario para conferencias de prensa.....	101
Cuadro 28: Calendario para rendición de cuentas .....	102
Cuadro 29: Calendario para la emisión de boletines informativos .....	103

Cuadro 30: Calendario para patrocinio de eventos .....	105
Cuadro 31: Calendario para la colocación de Stands informativos .....	107
Cuadro 32: Plan Operativos Anual .....	108
Cuadro 33: Cronograma para la aplicación del Plan Comunicacional .....	116

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Orgánico estructural del GADM de Sucúa.....	13
Gráfico 2: Orgánico estructural de la Dirección de Coordinación Interinstitucional .....	20
Gráfico 3: Calificación de la imagen corporativa .....	37
Gráfico 4: Imagen institucional .....	38
Gráfico 5: Confianza de la población de los programas y proyectos .....	39
Gráfico 6: Frecuencia de las reuniones informativas a la comunidad .....	40
Gráfico 7: Atención a la necesidades de las comunidades urbanas y rurales .....	41
Gráfico 8: Atención del talento humano.....	42

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Formato Publicidad redes sociales .....	65
Figura 2: Formato para correo mailing .....	66
Figura 3: Diseño de afiches informativos .....	69
Figura 4: Diseño de hojas volantes .....	71
Figura 5: Diseño de Trípticos .....	74
Figura 6: Baner Publicitario.....	76
Figura 7: Diseño de Agendas .....	79
Figura 8: Diseño de Calendario .....	81
Figura 9: Diseño de llaveros .....	83
Figura 10: Diseño de camisetas .....	84
Figura 11: Diseño de esferográficos .....	86
Figura 12: Buzón de quejas .....	90
Figura 13: Diseño de periódico mural .....	92
Figura 14: Diseño de imagen corporativa.....	97
Figura 15: Contenido de boletines informativos.....	104

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón Sucúa.....	124
Anexo 2: Encuesta dirigida al talento humano del GAD municipal de Sucúa .....	126
Anexo 3: Proforma de Revista.....	128
Anexo 4: Proforma de TV .....	129
Anexo 5: Proforma de Emisoras radiales .....	130
Anexo 6: Proforma de periódico mural y buzón de quejas.....	131
Anexo 7: Proforma de camisetas .....	132
Anexo 8: Proforma de prensa escrita.....	133
Anexo 9: Proforma de artículos promocionales.....	134

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Una debilidad del Municipio guarda relación con la carencia de un plan de comunicación, provocando que se abran espacios para la especulación y desinformación. Este trabajo de investigación contiene el análisis situacional que inciden en la percepción ciudadana y el nivel de confianza en los servicios que oferta la entidad.

El presente estudio resalta la apreciación ciudadana respecto a la labor que efectúa la Municipalidad, calificada como poco eficiente debido a la ausencia de estrategias comunicacionales, presentando un nivel de desconfianza por parte del público objetivo. Se describen las sugerencias de los usuarios, para la diversificación de medios de difusión y la generación de puentes de diálogo entre el gobierno seccional y la ciudadanía. Paralelamente se realizó un sondeo a los funcionarios, quienes ratificaron los aspectos evidenciados por los usuarios.

A partir de la identificación del diagnóstico, se procedió a elaborar un plan comunicacional para superar la situación actual del GAD y tener un efecto favorable en la imagen institucional. Inicialmente se contempló la ampliación de la cobertura informativa de la gestión municipal, a través de la publicidad en medios escritos; la implementación de este conjunto de estrategias permite destacar los elementos relevantes de la gestión de las autoridades de forma inmediata, al igual que los medios alternativos valederos para mejorar el reconocimiento social. Se propone, además la renovación de la imagen institucional, lo cual implica: capacitación del talento humano, generación de un adecuado clima laboral y transparencia de la gestión institucional.

Palabras clave: Plan comunicacional, GAD Municipal, imagen institucional.

-----  
Ing. Hernán Patricio Moyano Vallejo

**DIRECTOR TRIBUNAL**

## **SUMMARY**

A weakness of the municipality keeps relation to the lack of a communication plan, causing spaces for speculation and misinformation open. This research contains the situational analysis that influence in public perception and the level of confidence in the services offered by the entity.

This study highlights the public appreciation about the work making by the municipality, described as inefficient due to the lack of communication strategies, presenting a level of distrust by the target audience. Suggestions from users are described for the diversification of media and the generation of bridges of dialogue between the sectional government and citizenship. A parallel survey was conducted to officials who ratified the aspects evidenced by users.

From the identification of the diagnosis, it proceed to develop a communication plan to overcome the current situation of GAD and have a favorable effect on the institutional image. Initially it contemplated the application of the informative coverage of municipal management, through print media advertising; the implementation of this set of strategies currently enables to highlight the relevant elements of the management authorities immediately like the papers valid alternative, it means to improve social recognition. It also proposes the renewal of the corporate institutional image, which means: training of human talent, generation of a suitable working environment and transparency of institutional management.

Key words: Communication plan, municipalities GADs, institutional image.



## INTRODUCCIÓN

La comunicación se constituye en una herramienta vital para informar sobre la gestión que se cumple en cualquier organización pero al mismo tiempo para persuadir a quienes se encuentran vinculados con la misma en la consecución de metas y objetivos que posibilite al mismo tiempo un desarrollo sostenido y sustentable de la sociedad.

El GAD Municipal de Sucúa no puede mostrarse indiferente a la aplicación de estrategias comunicacionales que faciliten el reconocimiento social de los habitantes del lugar a la gestión que cumplen sus autoridades así como también al incremento continuo del involucramiento del talento humano el cual deberá mostrar una acentuada identidad institucional con las aspiraciones propuestas para garantizar desde este gobierno seccional el encuentro de derroteros en el corto, mediano y largo plazo.

En la actualidad el GAD del Cantón Sucúa no dispone de herramientas adecuadas para informar la gestión municipal a su público objetivo; muestra de aquello es el resultado del diagnóstico realizado a la ciudadanía y al talento humano, que revela que la Municipalidad no utiliza de manera eficiente los medios de comunicación disponibles en el territorio como son las estaciones de radio, canal de televisión, revista, redes sociales, etc. lo cual ha impedido difundir las actividades desarrolladas, informando e influyendo en la población limitando por tanto la información e influencia que pudiera generar en los habitantes del sector mucho más ante la obligación legal y moral de rendición de cuentas sobre la gestión administrativa-financiera de este gobierno local.

Como resultado del trabajo de investigación se considera oportuno implementar en el GAD Cantonal de Sucúa varias estrategias comunicacionales las cuales se encuentran contempladas en la propuesta que permitirán producir información oportuna y eficiente a la ciudadanía, las cuales incrementarán los niveles de credibilidad y con ello el reconocimiento institucional fortaleciendo así la imagen corporativa del GAD Cantonal de Sucúa, hasta convertirle en un referente de la provincia y el país.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa, no ha logrado acrecentar la credibilidad en la ciudadanía; lo cual obedece a la ausencia de estrategias comunicacionales que permitan fomentar y difundir los programas, proyectos y obras realizadas por la administración, convirtiéndose aquello en una debilidad institucional, que afecta a la imagen institucional.

El presente trabajo de investigación presenta una propuesta la cual se origina en un diagnóstico de la relación existente entre la Municipalidad y su público objetivo. Al establecerse un problema complejo ocasionado por la falta de información, resulta imprescindible brindar una solución inmediata mediante la inclusión de los usuarios, utilizando mensajes y canales apropiados; con los cuales se lograría una comunicación eficaz y efectiva.

Esta propuesta de investigación está dirigida a la realización de un plan comunicacional con la finalidad de difundir oportunamente las acciones que desarrolla el GAD con una nueva identidad corporativa que genere permanentemente niveles apropiados de credibilidad, reconocimiento social, legitimidad institucional, confianza, seguridad y sobre todo el respaldo en el marco del cumplimiento de los objetivos institucionales.

### **1.1.1. Formulación del problema**

Un aspecto fundamental para el éxito de las entidades tanto públicas como privadas es la comunicación, en la actualidad es más evidente la necesidad de establecer estrategias informativas que faciliten el cumplimiento de los objetivos institucionales.

La ciudadanía, para comprometerse en las propuestas de interés colectivo necesita conocer, informarse y comprender con la finalidad de participar e involucrarse en las acciones que emprenda el Estado. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal

del Cantón Sucúa, es una de las instituciones públicas que no utiliza los mecanismos adecuados para difundir a la población la gestión que realiza, a efecto de estabilizar con ello el involucramiento de aquellos sectores sociales a los cuales dirige sus esfuerzos y recursos.

El GAD Municipal del Cantón Sucúa es consciente de la responsabilidad de identificar las consecuencias de la carencia de una planificación, por cuanto proyecta una inadecuada imagen institucional, con el consecuente desconocimiento del accionar municipal por parte de la ciudadanía y los medios de difusión, que finalmente terminarían en la tergiversación de la información.

La ausencia de propuestas; de procesos comunicacionales claramente establecidos por parte de dignatarios, autoridades, funcionarios y servidores responsables, origina la ausencia de la comunicación dentro de la planificación estratégica institucional como un eje de acción, que está considerada como una actividad que se enfoca en la difusión de los logros alcanzados y de las decisiones de la máxima autoridad, las mismas que son expuestas en las redes sociales y mediante entrevistas esporádicas realizadas a las autoridades del GAD Cantonal en las estaciones de radio de la localidad, actividades que se cumplen sin previa planificación, la imagen institucional que se ha proyectado en el transcurso de los últimos años ha ocasionado más bien un débil reconocimiento social.

### **1.1.2. Delimitación del problema**

#### **De contenido:**

**Campo científico:** Administración

**Área:** Comunicación

**Aspecto:** Plan Comunicacional

**Subaspecto:** Acciones comunicativas

**Espacial:** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa. Provincia de Morona Santiago.

**Temporal:** El presente proyecto de investigación tiene un intervalo de 5 años.

**Alcance Social:** Ciudadanía informada adecuadamente, con lo que se adquiere reconocimiento institucional y credibilidad.

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

La ejecución de un plan de comunicación representa una alternativa valedera para mantener informada a la ciudadanía de manera eficiente y oportuna. La difusión del servicio que oferta la municipalidad, es una tarea fundamental en la gestión que llevan adelante sus autoridades; sin embargo, en la actualidad no se considera una decisión sobre la cual deba trabajar el gobierno local de manera prioritaria, de ahí que se desconoce sobre la formulación y el funcionamiento de las políticas públicas, esta situación principalmente obedece a la incidencia de un vínculo entre el municipio y la sociedad, frente a lo cual el gobierno local tiene que poner en práctica de manera inmediata estrategias comunicacionales que eleven el sentido de pertenencia de todos.

Durante la vida institucional del gobierno local el nivel de posicionamiento y credibilidad en su público objetivo ha ido deteriorando, por lo que es imprescindible implementar propuestas comunicacionales que permitirán fortalecer la confianza en las autoridades municipales.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa debe desarrollar y sustentar sus políticas y acciones para generar niveles apropiados de credibilidad, así como también capacidad de convencimiento con el propósito de obtener el respaldo, la confianza y el apoyo de su público objetivo. Por lo que al no disponer de este documento, la institución está expuesta a que los flujos comunicacionales sean incorrectos, provocando la distorsión de la imagen y credibilidad que proyecta hacia la ciudadanía, usuarios, proveedores, así como las organizaciones públicas y privadas en general.

El presente proyecto está enfocado en ofrecer una visión certera a la colectividad acerca del rol que desempeña la institución; y, la importancia de la comunicación, mediante la puesta en práctica de estrategias que podrán ser evaluadas en corto, mediano y largo plazo.

Esta investigación tiene como objetivo principal identificar la realidad sobre los problemas comunicacionales que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa, buscando alternativas que disminuyan las debilidades que faciliten el desarrollo institucional que se pretende alcanzar.

Inicialmente se determinará un fundamento teórico, con el que se pueda distinguir las variables de investigación, en este caso el Plan de Comunicación así como también la imagen corporativa para con ello realizar un análisis conceptual y una sustentación científica que permita desarrollar el presente estudio.

Su importancia práctica enfoca las estrategias y acciones a través de la implementación de actividades y herramientas comunicacionales en beneficio de la entidad, por medio de planes y estrategias que se originan en el análisis de la situación actual. Se exhortará la implementación de acciones comunicativas, proponiendo decisiones y estrategias que permitan mejorar la imagen corporativa, la atención eficiente a los ciudadanos, así como también la satisfacción oportuna de las necesidades informativas del público interno y externo. La investigación es factible porque cuenta con el apoyo de la entidad para la ejecución de todas las fases del estudio; y con la información científica técnica destinada al desarrollo de acciones, actividades y estrategias comunicativas.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. Objetivo General**

- Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente la incidencia del plan comunicacional en el mejoramiento de la imagen institucional.
- Determinar el marco metodológico para ratificar o descartar la hipótesis mostrada en la presente investigación.
- Promover la implementación de propuestas de comunicación para garantizar el mejoramiento de la imagen institucional en el corto, mediano y largo plazo.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

En la provincia de Morona Santiago, se encuentra ubicado el cantón Sucúa, que antes de la llegada de los colonos se encontraba habitada únicamente por aborígenes Shuar, quienes vivían centrados en sus costumbres y religión estrechamente relacionadas con la selva, animales salvajes, armonía natural, la misma que más tarde fue interrumpida por los colonos, que emigraron principalmente desde la provincia del Azuay.

En esta tierra de natural vegetación, predominaba una planta denominada “SUCU” llamada así por los aborígenes del lugar, posteriormente el nombre nativo fue cambiado por los colonos como homenaje a esta ortiga, por lo que deciden que su pueblo se llame “Sucúa”, aumentando únicamente la letra “A”. Durante la administración del Dr. Carlos Alberto Arroyo del Río, Presidente Constitucional de la República, mediante Decreto Ejecutivo emitido en el Registro Oficial N° 275 con fecha 29 de julio de 1941, se decreta elevar a Sucúa a la categoría de Parroquia Rural.

El 8 de diciembre de 1962 en la Presidencia del Doctor Carlos Julio Arosemena Monroy, mediante Decreto Ejecutivo publicado en el Registro Oficial N° 326 de 8 de Diciembre de 1962, se establece a Sucúa como nuevo cantón de la provincia de Morona Santiago, integrada por las parroquias de Yaupi, Huambi, Asunción y Logroño (actual cantón Logroño). Con fecha 1° de agosto de 1967, se instala el Primer Concejo Cantonal por votación popular, conforme a la Ley de Régimen Municipal, mediante votación verbal y razonada por los concejales se elige como Primer Presidente del Ilustre Concejo Municipal de Sucúa al Señor Neptalí Villacís.

### **2.1.2 Misión Institucional**

Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, dinamizando proyectos de obras y servicios con calidad, eficiencia y oportunidad, asegurando el desarrollo social y económico sostenible de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales, dentro de un proceso de transparencia y ética institucional, con el desempeño óptimo del talento humano altamente comprometido, capacitado, motivado con solvencia moral y, promoviendo la economía social y solidaria propiciando la protección ambiental y la conservación de la interculturalidad, artes, actividades deportivas y recreativas.

### **2.1.3 Visión Institucional**

Ser un ejemplo de desarrollo en la región y contar con una organización interna altamente eficiente que gerencia productos y servicios con calidad y responsabilidad social y ambiental en bienes, servicios y obras compatibles con la demanda de la sociedad; capaz de asumir los nuevos roles vinculados con el desarrollo y la identidad cultural de género; descentralizando, desconcentrando y optimizando los recursos que aseguren la calidad de vida de la población intercultural del cantón; pretendiendo un Gobierno Municipal eficiente, transparente, innovador, incluyente, amigable y amable, con comunidades respetuosas y organizadas con cultura ciudadana de bienestar y buen vivir.

### **2.1.4 Objetivos institucionales**

#### **2.1.4.1 Objetivo General**

➤ Mejorar la calidad de vida de la población sucense mediante la prestación de servicios públicos, con la implementación de la participación ciudadana para alcanzar el progreso equitativo, solidario, sustentable, social y económico con una adecuada planificación y administración de la gestión pública, con carácter intercultural y



plurinacional hacia una ciudad de paz con alianzas para el desarrollo en un ambiente sano y equilibrado, para conseguir el Sumak Kawsay.

#### **2.1.4.2 Objetivos Específicos**

- Promover el desarrollo sustentable del territorio cantonal, como el bienestar material y social de la colectividad y contribuir al fomento y protección de los intereses locales.
- Planificar y organizar el territorio en función de sus potencialidades, limitantes, características biofísicas, ambientales, socioeconómicas, culturales y político institucionales para de esta forma consolidar una ciudad ordenada y segura para el desarrollo humano y su entorno.
- Impulsar un trabajo coordinado con los diferentes actores sociales, para mejorar el proceso de participación ciudadana del cantón.
- Establecer una red de cooperación interinstitucional y alianzas estratégicas con los actores sociales, Organizaciones Regionales, Provinciales, Nacionales e Internacionales con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la comunidad.

#### **2.1.5 Valores Institucionales**

El GAD Municipal del Cantón Sucúa para una mejora continua de su institucionalidad cuenta con un Código de Ética desde el año 2012 para los dignatarios, autoridades, funcionarios, servidores y obreros de la institución. El Código de Ética del Gobierno Municipal del Cantón Sucúa (2012) contiene los siguientes valores:

**Integridad:** Puede medirse en función de los que es correcto y justo, para lo cual se ajustarán al espíritu de las normas morales y de ética en el desarrollo de sus funciones y ejercicio profesional.

**Honradez:** El GAD Municipal del Cantón Sucúa espera que sus dignatarios/as, funcionarios/as, servidores/as y trabajadores/as, apliquen un criterio de honradez absoluta en la realización de su trabajo.

**Responsabilidad:** Los dignatarios/as, funcionarios/as, servidores/as y trabajadores/as municipales, deberán siempre actuar con responsabilidad en el ejercicio de sus funciones y tareas, las mismas que las realizarán con diligencia, seriedad y calidad desde el inicio hasta el final de su gestión, obteniendo enseñanzas y experiencias de sus actividades.

**Equidad y justicia:** En el servicio público usuario, sus dignatarios/as, funcionarios/as, servidores/as y trabajadores/as municipales, considerarán los principios que rigen a la institución, pero también los de equidad y justicia que les asisten a las personas, como demandantes de legítimo servicio e información.

**Probidad:** Deben actuar con rectitud, procurando satisfacer el interés general y desechando todo beneficio personal, obligándose a mantener y demostrar una conducta intachable, honesta y transparente.

**Imparcialidad:** Deben ser imparciales y objetivos al tratar los temas sometidos a su conocimiento, debiendo basar su accionar en hechos concretos y verificables.

**Respeto:** Deben brindar a las personas un trato digno, cortés, cordial, transparente y tolerante. Están obligados a reconocer y considerar en todo momento los derechos, libertades y cualidades inherentes a la condición humana.

**Independencia de criterio:** Gozan de total libertad de conciencia respecto a la sociedad civil en la prestación del servicio y demás sectores de interés externos. La independencia no debe verse afectada por intereses personales, políticos o de cualquier otra índole.

**Solidaridad:** Ejercerán sus funciones atendiendo los principios de solidaridad, que sirve de apoyo tanto en los procesos de trabajo como en las interrelaciones cotidianas.

**Veracidad:** Están obligados a expresarse con veracidad en sus relaciones funcionales con los particulares, con sus superiores y subordinados.

## 2.1.6 Estructura Administrativa del GAD municipal del cantón Sucúa.

### 2.1.6.1 Procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa.

Los procesos que conforman el GAD Municipal del Cantón Sucúa se organizan y se agrupan de conformidad con las responsabilidades y funciones, siendo estos de igual importancia para el cumplimiento de los objetivos de la municipalidad, los mismos que los encontramos a continuación:

**Cuadro 1: Procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa**

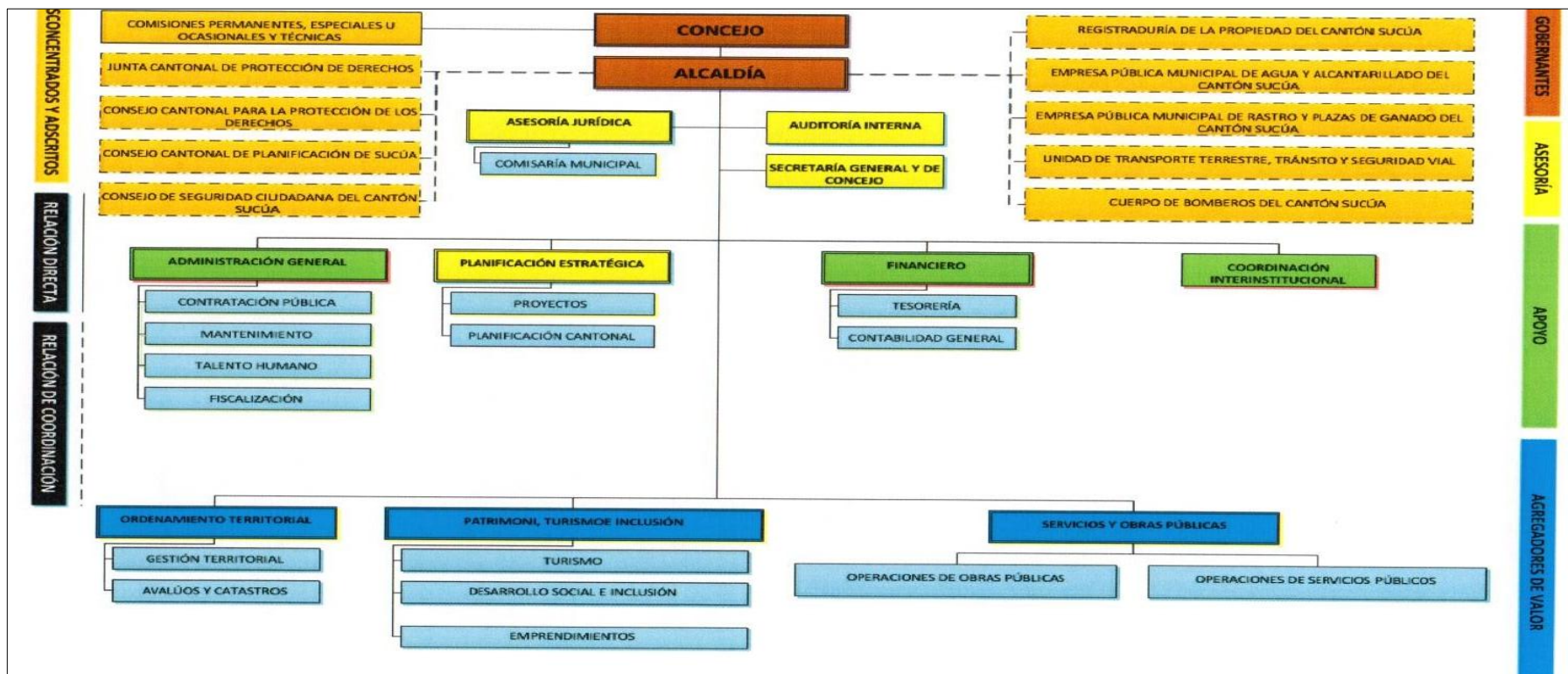
<p style="text-align: center;"><b>PROCESOS GOBERNANTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboran políticas y expeden normas para el funcionamiento de la entidad</li> <li>• Lo conforman el Alcalde y Concejo Cantonal</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PROCESOS AGREGADORES DE VALOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementan políticas</li> <li>• Administran y controlan la generación de los productos y servicios que se ofrecen al público externo</li> <li>• Permiten cumplir con la misión institucional.</li> <li>• Constituyen la razón de ser del gobierno local</li> <li>• Está conformado por las Direcciones: Obras Públicas y Saneamiento Ambiental, Ordenamiento Territorial, Desarrollo Social Turismo e Inclusión</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PROCESOS DE MEJORA CONTINUA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfecciona los procesos internos de la Municipalidad, ya sea periódicamente o cuando presenten problemas en la prestación de servicios</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PROCESOS DESCONCENTRADOS Y ADSCRITOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Son los encargados de generar productos y servicios de manera desconcentrada directamente al usuario externo</li> <li>• Está constituido por: la Registraduría de la Propiedad, Cuerpo de Bomberos, Empresa Pública Municipal de Agua y Alcantarillado, Consejo Cantonal para la Protección de los Derechos, Empresa Pública Municipal de Faenamiento, Industrialización y Comercialización de Ganado, Unidad de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, Junta Cantonal de Protección de Derechos</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PROCESOS DESCONCENTRADOS Y ADSCRITOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Son los encargados de generar productos y servicios de manera desconcentrada directamente al usuario externo</li> <li>• Está constituido por: la Registraduría de la Propiedad, Cuerpo de Bomberos, Empresa Pública Municipal de Agua y Alcantarillado, Consejo Cantonal para la Protección de los Derechos, Empresa Pública Municipal de Faenamiento, Industrialización y Comercialización de Ganado, Unidad de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, Junta Cantonal de Protección de Derechos</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PROCESOS ADJETIVOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementan políticas</li> <li>• Generan productos y servicios para los procesos gobernantes y para sí mismos</li> <li>• Contribuyen a la consecución de la misión institucional</li> <li>• Son los de asesoría y apoyo</li> <li>• Asesoran y fortalecen a los demás procesos</li> <li>• Lo conforman: Secretaría General y Concejo, Auditoría Interna, Asesoría Jurídica, Planificación Estratégica</li> <li>• Su función es proveer y administrar los recursos</li> <li>• Facilitan todo lo necesario para la operatividad de los procesos</li> <li>• Está conformado por: Administración General, Financiero, Coordinación Interinstitucional</li> </ul>

**Fuente:** Dirección Administrativa

**Elaborado por:** Janet Coello

## 2.1.7 Orgánico Estructural del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa

Gráfico 1: Orgánico estructural del GADM de Sucúa



Fuente: Dirección Administrativa

## 2.1.8 FODA Institucional

**Cuadro 2: FODA del GADM del Cantón Sucúa**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F.1. Equipo multidisciplinario.</p> <p>F.2. Reconocimiento Institucional por parte del gobierno y la sociedad, producto de la gestión.</p> <p>F.3. Personal con experiencia en el área</p> <p>F.4. Reconocer que es necesario mejorar internamente.</p> <p>F.5. Equipo caminero y de recolección en buen estado.</p> <p>F.6. Gestión de desechos sólidos reconocido a nivel local y nacional.</p> <p>F.7. Existencia de un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.</p> <p>F.8. Conocimiento de los nuevos procesos de contratación pública.</p> <p>F.9. Soporte y coordinación tecnológica entre direcciones/unidades.</p> <p>F.10. Excelentes relaciones interinstitucionales, locales, nacionales.</p> <p>F.11. Gobierno Municipal con una ubicación estratégica.</p> <p>F.12. Involucramiento de la participación ciudadana.</p> <p>F.13. Elaboración, presentación y ejecución de programas y proyectos de inversión.</p> <p>F.14. La gestión institucional está orientada al cumplimiento de las competencias exclusivas según el COOTAD.</p> <p>F.15. Proceso institucional para generar las condiciones de planificación del territorio y de la participación ciudadana (Presupuesto Participativo, Consejo de Planificación).</p> <p>F.16. Articulación de la gestión del GAD municipal con las comunidades en función de las necesidades a través de los presupuestos participativos.</p> <p>F.17. Desarrollo institucional en la gestión territorial.</p>	<p>O.1. Desarrollo de servicios basados en las TIC's.</p> <p>O.2. Mejorar la imagen institucional.</p> <p>O.3. Trabajo con mayor participación ciudadana e incluyente.</p> <p>O.4. Entrega oportuna de los recursos por parte del Ministerio de Finanzas.</p> <p>O.5. Procurar una gestión municipal con calidad y calidez.</p> <p>O.6. Coordinación interinstitucional con los Gobiernos Parroquiales, Gobierno Provincial e instituciones del Estado.</p>

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D.1. Definición incompleta de los procesos institucionales.</p> <p>D.2. Limitada evaluación y seguimiento de los planes institucionales por la falta de personal en el área de planificación.</p> <p>D.3. Deficiente coordinación y comunicación municipal interna.</p> <p>D.4. Falta de cultura organizacional y trabajo en equipo.</p> <p>D.5. Remuneración no competitiva.</p> <p>D.6. Inexistencia de un adecuado control interno.</p> <p>D.7. Escasa utilización de herramientas y medios electrónicos en la gestión documental.</p> <p>D.8. Talento Humano subutilizado en funciones que no le corresponden.</p> <p>D.9. Escasos medios de transporte.</p> <p>D.10. Escasas capacitaciones técnicas y/o actualizaciones de conocimientos para las autoridades, dignatarios, funcionarios, servidores y obreros.</p> <p>D.11. Limitada infraestructura física municipal.</p> <p>D.12. Desactualizado el manual de funciones, procesos y procedimientos que provoca arrogación de funciones.</p> <p>D.13. Retraso en los pagos que debe realizar la municipalidad.</p> <p>D.14. Limitada capacidad instalada municipal para atender a la ciudadanía</p> <p>D.15. Procesos internos burocráticos y engorrosos.</p> <p>D.16. Ausencia de un plan informático y de seguridad institucional.</p> <p>D.17. Alta dependencia financiera de las transferencias desde el nivel central de gobierno.</p> <p>D.18. Personal técnico poco motivado.</p>	<p>A.1. Limitaciones presupuestarias en los recursos financieros.</p> <p>A.2. Deficiencia en atención al usuario interno y externo.</p> <p>A.3. Entrega de información por las demás direcciones/unidades inoportunas.</p> <p>A.4. Inexistencia de optimización, eficiencia y agilidad en los procesos.</p> <p>A.5. Insatisfacción y falta de apoyo comunitario.</p> <p>A.6. Cambio climático (ejecución de obras).</p> <p>A.7. Medios de comunicación difunden información no verificada ni contextualizada.</p> <p>A.8. Incremento de la cartera vencida.</p> <p>A.9. Poca cultura de pago.</p> <p>A.10. Procesos complejos en la compra de insumos y/o materiales por ínfima cuantía y régimen especial.</p>

**Fuente:** Dirección de Planificación Estratégica

### 2.1.8.1 Interpretación de la matriz FODA

La tabla demuestra el análisis de las fortalezas y debilidades que son significativas, equivalente a los problemas presentados y a las acciones positivas ejecutadas dentro de

la organización, de las cuales se deben establecer estrategias para que la organización mejore a corto y mediano plazo.

La matriz FODA refleja que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa; dispone de una deficiente coordinación y comunicación interna, generando como amenazas que los medios de comunicación difundan información no verificada ni contextualizada, lo cual se evidencia en la insatisfacción y falta de apoyo comunitario. Por lo que, es de suma importancia realizar un análisis para determinar el impacto que causa la municipalidad en la sociedad y posteriormente plantear estrategias comunicativas con el fin de mejorar la imagen institucional.

#### **2.1.9 Diagnóstico situacional.**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa en su afán de mejorar la imagen institucional crea la Dirección de Coordinación Interinstitucional, que cumple funciones según lo que contiene el POA (Plan Anual de Actividades), pero no dispone de un plan comunicacional que permita la eficiente difusión de la gestión institucional.

Uno de los inconvenientes que enfrenta la entidad, es que la escasa información que generan las Direcciones Municipales no la sistematizan para su publicación, las actividades que ejecuta el personal responsable del área de comunicación se relaciona estrictamente con la difusión de eventos, actos solemnes y firma de convenios; mientras las obras de mayor relevancia se da a conocer por la red social (Facebook del Municipio), y en una cartelera poco frecuentada por los servidores municipales y la ciudadanía en general. Otra estrategia es la elaboración de un periódico denominado informativo municipal en el que se difunde los acontecimientos efectuados por el GAD, en el constan entrevistas a las autoridades, su planificación fue publicarlo cada dos meses, actividad que resultó incumplida y con escasos resultados. La página [www.sucua.gob.ec](http://www.sucua.gob.ec) fue creada por los técnicos informáticos de la municipalidad, sitio web donde se publican las ordenanzas, reglamentos, resoluciones, fotografías de la gestión de la administración, cuenta con un espacio de información sobre el gobierno

local, sitios turísticos del cantón, etc. contando al momento con alrededor de 13.842 visitas.

El GAD Municipal basado en el marco legal que exige a los gobiernos locales a socializar, colectivizar y poner en conocimiento de la población respecto a la administración pública, desarrolla actos para el proceso de participación ciudadana.

La Ley Orgánica de Participación Ciudadana, establece en el artículo uno propiciar, fomentar y garantizar los derechos de participación ciudadana en la toma de decisiones que corresponda, instituir instancias, mecanismos, instrumentos y procedimientos de deliberación pública entre los diferentes niveles de gobierno y la población para el seguimiento de las políticas públicas y la prestación de servicios.

Atendiendo este marco legal, el Concejo Cantonal de Sucúa aprueba la creación de la Ordenanza que conforma y regula el funcionamiento de participación ciudadana y control social del Gobierno Municipal del Cantón Sucúa publicada en el suplemento del Registro Oficial No. 365 de fecha 30 de octubre del 2014, misma que tiene por finalidad promover, confirmar y normar el funcionamiento del Sistema de Participación Ciudadana y Control Social del GAD Municipal, garantizando la participación democrática de sus ciudadanas y ciudadanos conforme a los principios y normas constitucionales.

Una vez creado el marco jurídico correspondiente, la Municipalidad implementa como política pública institucional la participación ciudadana, realizando asambleas para la confirmación de los presupuestos participativos, estas actividades se desarrollan en los meses de julio y agosto de cada año, este proceso dio inicio desde el 2005; así, como también el proceso de rendición de cuentas que se efectúa en el mes de febrero, este se lo viene realizando desde el año 2011. Es importante indicar que hace varios años atrás se organizaban eventos de similar magnitud, con la diferencia que desde la reforma de las leyes es obligación realizarlos anualmente.

El Control Social del GAD Municipal, pretende mejorar la participación de la colectividad, logrando así un mayor acercamiento con el gobierno local, eventos como



los presupuestos participativos, rendición de cuentas, socializaciones en los diferentes sectores, barrios y comunidades sobre los proyectos a ejecutarse, así como también el brindar seguimiento a los trámites que la población solicita al cabildo local. En todos estos espacios asisten las Direcciones Municipales encabezadas por la Dirección de Planificación, se cuenta con los datos registrados del año 2013, 2014; y, 2015.

#### **2.1.9.1 Dirección de Coordinación Interinstitucional**

En diciembre del año 2014 se actualiza el reglamento que contiene el Manual de Clasificación y Valoración de Puestos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa, documento que establece los instrumentos y mecanismos de carácter técnico y operativo. En este proceso de reingeniería se crea la Dirección de Coordinación Interinstitucional, la misma que está conformada por el Coordinador Interinstitucional (Director), los técnicos Relacionador Público Comunicador Institucional y el Diseñador Gráfico Institucional.

Esta Dirección Municipal es la responsable de planificar, programar, organizar, dirigir, ejecutar, controlar y coordinar las actividades del proceso de relaciones públicas de la Municipalidad, tiene como tarea primordial, generar procesos de acercamiento e informar a la sociedad mediante los medios de comunicación las acciones de la presente administración, a través de estrategias de difusión y campañas informativas, encargadas de fortalecer la imagen institucional.

Esta área de trabajo es de vital importancia, porque en ella se genera la información oficial y se planea estratégicamente su comunicación; por ello requiere estrecha colaboración con todos los directivos y los responsables de las áreas, transmitiendo la información necesaria e importante para la población sucuense. El equipo de relaciones públicas es el encargado de construir redes formales de comunicación, para que la opinión pública y todos los sectores sociales puedan disponer de información veraz y confiable, para su participación y toma de decisiones; además de cubrir actividades y eventos de las autoridades que integran el Gobierno Municipal, con la finalidad de contar con material necesario para su difusión a través de distintos medios informativos.

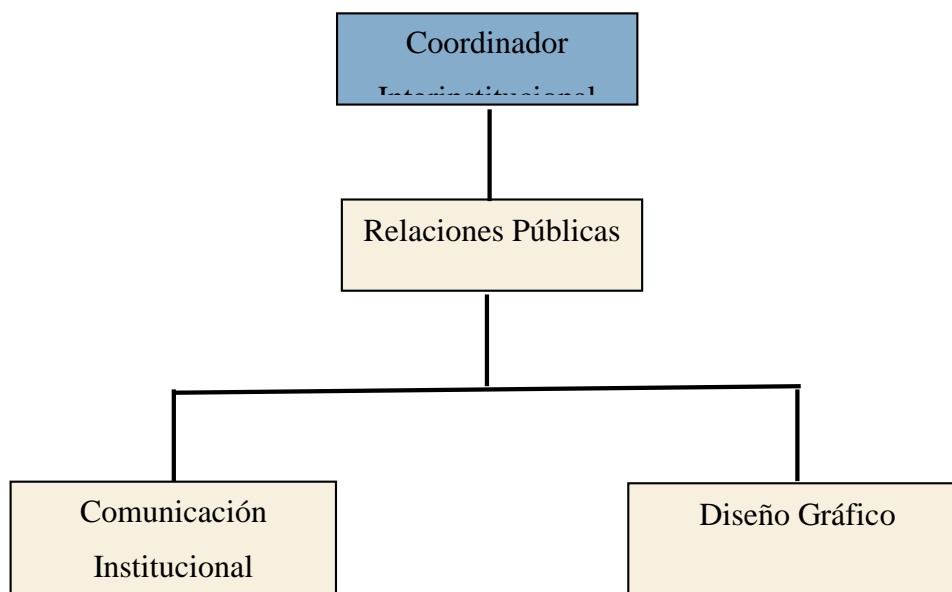
Para que las direcciones del GAD Municipal del Cantón Sucúa operen solidaria y eficientemente es necesario que se cuente con normas y canales informativos que permitan conocer las políticas, procedimientos, líneas de acción, objetivos y metas fundamentales de cada una de ellas; por lo que los servicios de esta dirección dependen directamente de las distintas áreas como fuentes generadoras de información, de ahí la importancia de entablar efectivas redes internas de flujo de información, para garantizar que los datos lleguen oportunamente a la Dirección de Coordinación Interinstitucional y por consiguiente a la ciudadanía.

La Dirección de Coordinación Interinstitucional, tiene como objetivo planificar, diseñar y ejecutar campañas de difusión para el desarrollo de la imagen institucional del Municipio, en afán de dar a conocer a la opinión pública las actividades a realizar e incentivar la cooperación de instituciones públicas, privadas y organizaciones nacionales y extranjeras.

Sus objetivos específicos son:

- Garantizar la vinculación efectiva del GAD Municipal con el sector interno y externo, a partir de la interrelación de la creación de conocimientos, la formación integral de ciudadanos y la vinculación social, mediante la búsqueda de innovaciones que les permita establecer una relación de corresponsabilidad.
- Ampliar las relaciones del Municipio hacia el entorno nacional e internacional, para la creación y difusión del conocimiento, solución de problemas, anticipar cambios y servir a la comunidad.
- Fortalecer la integración formación – generación de conocimientos – vinculación social a través de la aplicación del conocimiento científico y tecnológico en la solución de problemas del sector externo.
- Desarrollar una gestión institucional eficiente que permita responder de manera eficiente y oportuna a los requerimientos y problemas de la Municipalidad.

**Gráfico 2: Orgánico estructural de la Dirección de Coordinación Interinstitucional**



**Fuente:** Unidad de Administración de Talento Humano

**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

### 2.1.9.2 Competencias del talento humano de la Dirección de Coordinación Interinstitucional

**Cuadro 3: Competencias de la Dirección de Coordinación Interinstitucional**

<b>COORDINADOR INTERINSTITUCIONAL</b>	Sus acciones son supervisadas por el Alcalde	
	<b>Misión</b>	Planificar, programar, organizar, dirigir, coordinar, ejecutar y controlar las actividades del proceso de coordinación institucional.
	<b>Dependencias bajo su cargo</b>	Relacionador Público
		Comunicador Institucional
		Diseñador Gráfico
	<b>Nivel Funcional</b>	Apoyo asesor y administrativo
	<b>Rol</b>	Brindar apoyo coordinado como asesor
		Preparar sesiones de trabajo con el ejecutivo, agendas,

		modelos de información institucional y actos de rendición de cuentas
		Planificar las estrategias institucionales, elaborando planes y programas de desarrollo que deben ser evaluados mediante seguimiento de su ejecución
		Responsabilidad por el manejo de información confidencial, que requiere de gran iniciativa, discrecionalidad y altas relaciones humanas
		Mantener relación directa con Alcaldía, Concejales, los responsables de los procesos, para determinar requerimientos y establecer acciones oportunas y precisas
	<b>Atribuciones y responsabilidades</b>	Elaborar el Plan Operativo Anual
		Propiciar reuniones para impulsar la elaboración, ejecución, seguimiento y control de proyectos
		Gestionar la cooperación de las instituciones públicas y privadas
		Atender audiencias del Alcalde a solicitud del mismo
		Coordinar e impulsar con los Directores de Procesos, actividades y eventos propios de cada uno
		Mantener informado al Alcalde sobre aspectos puntuales y generales de la Municipalidad
		Coordinar con las dependencias de la Municipalidad, instituciones adscritas, empresas públicas municipales y organismos estatales nacionales, organismos externos públicos y privados para gestionar los requerimientos administrativos de gestión y cooperación logrando el posicionamiento institucional
		Gestionar el financiamiento de proyectos, programas y estudios para la ejecución de obras, adquisición de bienes y la prestación de servicios en beneficio del cantón Sucúa a través de una planificación prospectiva institucional
		Responder, reportar, explicar o justificar ante la autoridad, los directivos y la ciudadanía, pro los recursos recibidos y administrados y por el cumplimiento de las funciones asignadas
		Presentar informes periódicos de su gestión ante la máxima autoridad

		<p>Coordinar la implementación de una administración municipal de carácter gerencial sustentada en los principios de planificación prospectiva</p> <p>Asesorar al proceso gobernante en la planificación prospectiva institucional, asegurando la articulación entre los lineamientos políticos y técnicos institucionales</p> <p>Supervisar la información vinculada con los eventos institucionales para integrar la agenda de la Alcaldía</p> <p>Coordinar las actividades y evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas del Plan Operativo Anual en el marco del Plan Nacional de Desarrollo</p> <p>Realizar el seguimiento, control y evaluación periódica del cumplimiento de los objetivos laborales y metas de las unidades administrativas</p>
<b>RELACIONADOR PÚBLICO</b>	Sus acciones son supervisadas por el Coordinador Interinstitucional	
	<b>Dependencias bajo su cargo</b>	<p>Comunicador Institucional</p> <p>Diseñador Gráfico</p>
	<b>Nivel Funcional</b>	Apoyo asesor y administrativo
	<b>Rol</b>	<p>Planeación de labores de comunicación social así como por la confiabilidad de las mismas</p> <p>Altas relaciones humanas dentro y fuera de la institución</p> <p>Mantener contactos permanentes con la ciudadanía, organismos públicos, privados y medios de comunicación, para el manejo de información y coordinación de las relaciones con la Municipalidad</p> <p>Mantiene relación con clientes internos y con autoridades y responsables de los diferentes procesos, para obtener guías de trabajo y planear las actividades</p>
	<b>Atribuciones y responsabilidades</b>	<p>Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de las competencias del GAD</p> <p>Gestionar la cooperación de las diferentes instituciones públicas y privadas</p> <p>Reportajes de gestión institucional a través de los diferentes medios de comunicación</p> <p>Plan de relaciones públicas institucionales con las parroquias, comunidades y diferentes actores sociales</p>

		del cantón Sucúa
		Plan de relaciones públicas de la entidad
		Validar la administración de las carteleras informativas de la Municipalidad
		Coordinación de ruedas de prensa para entrevistas
		Preparación de respuestas públicas municipales ante la presencia de contingencias
		Validar la difusión de información, de la gestión de la Municipalidad a través de la página web, de las redes sociales y otros medios
		Responder, reportar, explicar o justificar ante la autoridad, los directivos y la ciudadanía, por los recursos recibidos y administrados y por el cumplimiento de las funciones asignadas
		Presentar informes periódicos de su gestión ante la máxima autoridad para la toma de decisiones
		Planificar la publicidad, promoción y difusión de proyectos y obras que la Municipalidad ejecuta, mediante boletines, organización de ruedas de prensa, recorridos de obras y otras acciones, a través de los distintos medios de comunicación social
		Coordinar reuniones con la comunidad y otras autoridades, para tratar asuntos de beneficio comunitario
		Coordinar la publicación de ordenanzas, acuerdos y resoluciones que deba conocer la ciudadanía
		Revisar, seleccionar y corregir los artículos a ser incluidos en publicaciones de la institución.
<b>COMUNICADOR INSTITUCIONAL</b>	Sus acciones son supervisadas por el Relacionador Público y el Coordinador Interinstitucional	
	<b>Nivel Funcional</b>	Apoyo asesor periodístico
	<b>Atribuciones y responsabilidades</b>	Elaborar el Plan Operativo Anual de comunicación institucional
		Formulación del plan de comunicación interna de la Municipalidad
		Generar material comunicacional que sirva de sustento para el proceso de información de la Municipalidad
		Administrar las carteleras informativas del GAD Cantonal

		<p>Generar material informativo para proyectarlo en los diferentes espacios de ocupación pública de la Municipalidad</p> <p>Informar mediante el correo institucional a los clientes internos, todo lo referente a la gestión de la Municipalidad</p> <p>Informes de gestión trimestral, semestral y anual</p> <p>Planear, dirigir, controlar y evaluar las estrategias de comunicación planteadas para la correcta difusión de la información referente a la institución</p> <p>Coordinar los actos protocolarios y sociales organizados por el Gobierno Municipal</p> <p>Coordinar la revisión, selección y corregir los artículos, a ser incluidos en publicaciones de la institución con Relaciones Públicas, diseño gráfico y tecnologías de la información</p> <p>Coordinar la emisión de noticieros en los medios de comunicación con Relaciones Públicas.</p>
<b>DISEÑADOR GRÁFICO INSTITUCIONAL</b>	Sus acciones son supervisadas por el Relacionador Público y el Coordinador Interinstitucional	
	<b>Misión</b>	Proporcionar los productos y servicios requeridos de diseño gráfico
	<b>Nivel Funcional</b>	Apoyo administrativo diseño gráfico
	<b>Atribuciones y responsabilidades</b>	Formulación del Plan Operativo Anual de diseño gráfico institucional
		Diseñar y generar material gráfico institucional
		Proporcionar información gráfica a Relaciones Públicas y a Tecnologías de la información
		Diseñar productos gráficos para publicidad y servicios institucionales
		Diseño, diagramación y estructuración de periódicos, revistas, textos, folletos, trípticos, tarjetas, y otros de similar naturaleza institucional
		Diseño y elaboración de la imagen corporativa institucional

**Fuente:** Dirección Administrativa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

### 2.1.9.3 Medios de comunicación existentes en la localidad

#### 2.1.9.3.1 Estaciones de radio

Las emisoras de la localidad son los medios de comunicación que más aceptación tiene la ciudadanía en el cantón Sucúa; siendo estos de mayor cobertura por cuanto son sintonizados por la población en los lugares de trabajo, mientras se transportan de un lugar a otro, y en los domicilios.

**Tabla 1: Medios de comunicación**

<b>RADIO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>TV</b>	<b>CANTÓN</b>
Canal Juvenil	94.1	Sucúa	TV Sucúa	Sucúa
Arutam	107.3	Sucúa	Upano Visión	Macas
Morona	89.3	Morona	Digital TV	Macas
La Voz de la NAE	89.7	Morona		
La Voz del Upano	90.5	Morona		
Mía	92.9	Morona		
Olímpica	97.7	Morona		
Kiruba	102.5	Morona		
Canela	103.7	Morona		
Shalom	104.9	Morona		

**Fuente:** Dirección de Coordinación Interinstitucional del GAD Municipal de Sucúa

**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

#### 2.1.9.3.2 Medios impresos

En Morona Santiago existen dos medios de comunicación escritos: el periódico la Randimpa y la revista Exprésate Morona Santiago, los cuales son distribuidos en todos los cantones de la provincia.



## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1. Plan de comunicación**

(Cervera, 2015, págs. 18-45) en su libro *Comunicación Total* define al plan de comunicación como un documento escrito que contiene políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una empresa, institución u organización, en un determinado periodo de tiempo; además expresa que es una ruta para organizar los procesos de comunicación y una guía realista del trabajo comunicativo de la entidad. Para desarrollar un plan de comunicación propone una metodología conformada por varios elementos, aspectos que deben contemplar la necesidad real y el camino adecuado a seguir para difundir una información eficaz, los mismos que son:

### **2.2.2. Análisis del entorno**

Esta primera fase se centra en el análisis de la empresa, una recopilación informativa de diferentes variables, recursos de los cuales dispone, tanto materiales cuanto humanos; antecedentes de anteriores acciones de comunicación; herramientas utilizadas hasta el momento y su nivel de eficacia, es imprescindible conocer ¿qué ha pasado anteriormente?

Esta etapa trata de enmarcar sobre la situación actual desde diferentes perspectivas, conocer el entorno que rodea a la institución es clave para adaptar y anticipar la estrategia institucional ante los posibles cambios. Teniendo como perspectiva que la comunicación va dirigida principalmente a la ciudadanía, resulta fundamental contar con un conocimiento profundo acerca de la opinión pública de los diferentes temas que comunica la institución, para ello se utilizará el método de las encuestas. Definir claramente quién es y saber cómo actúa la Administración Pública.

### **2.2.3. Análisis interno**

El análisis interno de la organización habrá de centrarse en conocer la propia institución. Consiste principalmente en una auditoría e investigación amplia sobre la entidad, con la finalidad de analizar los inconvenientes que existe dentro de esta por lo que el método más empleado es el FODA que recopila las principales **F**ortalezas, **O**portunidades, **D**ebilidades y **A**menazas del GAD Municipal. Se debe analizar la entidad y su situación comunicativa, es decir conocer: Con qué recursos cuenta: local, equipos informáticos, conexión a internet; el talento humano con el que se cuenta: si son los idóneos, cuántas personas forman parte del equipo de comunicación, si su relación con la organización es mediante contrato o tienen estabilidad laboral; qué perfil tienen las personas que forman parte de la Dirección de Comunicación: su formación universitaria, experiencia en el campo del proceso de comunicación, cómo se manejan con herramientas de internet, si es necesario alguna formación específica; qué herramientas son utilizadas: notas de prensa, ruedas de prensa, página web, cartelera; qué es lo que funciona y qué es lo no ha funcionado en lo concerniente a comunicación, cuáles son las principales dificultades: falta de motivación, talento humano, recursos materiales/económicos, conocimientos, ausencia de cultura participativa. Se recopilará esta información y se la analizará.

### **2.2.4. Objetivos**

Analizada la situación, y con la información sobre la auditoría, es necesario definir los objetivos de comunicación, es decir establecer qué es lo que se quiere conseguir con la elaboración del plan de comunicación. Señala cuales son los objetivos a alcanzar con las acciones que se pongan en marcha; es necesario tener en cuenta qué se propone conseguir con las actividades de comunicación que se llevarán a cabo, cuánto más claro se defina, mejor se podrá evaluar el éxito del plan comunicativo; es preciso que estén cuantificados para poder efectuar controles y saber en qué medida se han alcanzado, deben ser realistas y alcanzables.

### **2.2.5. Públicos objetivos**

Una vez definidos los objetivos con los que la organización desea alcanzar con la comunicación, la siguiente fase es determinar a quienes se va a dirigir esta información. Se describe el público objetivo, a quien se debe llegar, a quienes se va a dirigir, es decir grupos de interés para la institución; es muy importante la identificación del mercado o la posición y dirección de una institución, enfoques que ayudan a comprender, discutir y tomar decisiones, permite conocer bien al público objetivo: gustos, necesidades, creencias, inquietudes; porque la estrategia se diseñará en base a sus perfiles, con este estudio no se utilizará las mismas herramientas, por ejemplo, para dirigirnos a un grupo juvenil, a los habitantes de las comunidades y a los de la cabecera cantonal donde cuentan con el servicio de todos los medios sociales. La capacidad de entendimiento entre ciudadanía y Gobierno es la base del éxito de todo plan, para ello es imprescindible realizar un análisis de los públicos a los que se va a dirigir la comunicación, se debe conocer el público al que se dirige para estructurar las estrategias de comunicación más adecuadas, esto depende del sector social, su situación geográfica y los medios a los cuales tiene acceso, los usuarios al que se quiere llegar condiciona tanto los canales a utilizar como el mensaje a transmitir.

### **2.2.6. Plan de acciones**

Es la concreción de los medios y soportes a utilizar, y las actividades a desarrollar. Hasta este punto se conocen las metas, se sabe a quién se quiere informar y qué es lo que se desea decir, por lo que ahora es necesario cómo decirlo y cómo hacerlo. Las acciones de comunicación son los vínculos de la comunicación o mecanismos que hay que desarrollar para conseguir los objetivos marcados. El plan de acción definirá cada una de las tácticas y las principales herramientas de comunicación que se van a utilizar, es decir en esta fase se establecerá cuál será el programa de trabajo a efectuarse; en esta fase es necesario hacer referencia a los canales a través de los cuales se difundirá la información de la organización, es importante conocer los hábitos del público objetivo, los lugares de mayor concurrencia, las emisoras más sintonizadas, las revistas más leídas, etc.

### **2.2.7. Calendario o cronograma**

Es la planificación en el tiempo de cada una de las acciones, con una fecha de inicio y otra de final, así como el nombre de la persona responsable de llevar a cabo cada una de las acciones a emprenderse. Elaborar un calendario y una planificación que indique cuánto tiempo durará cada acción y cuándo se desarrollará. El cronograma establece una programación en el tiempo, una calendarización sobre qué acciones serán llevadas a cabo y cuándo. Se debe determinar un calendario para el plan de comunicación, durante el cual se distribuyan las diferentes acciones.

### **2.2.8. Presupuesto**

Establecer los costes de cada acción y elaborar el importe total que supondrá el desarrollo del plan y en consecuencia hacer comunicación. Recursos disponibles (económicos, humanos). Determinación y asignación de presupuestos desglosados por acciones de comunicación. Es imprescindible conocer de qué financiación se dispone para cada acción concreta, y que talento humano será preciso para la ejecución del plan, no es indispensable disponer de un presupuesto elevado para poner en marcha un buen plan de comunicación.

### **2.2.9. Control y seguimiento**

Medición del desarrollo y cumplimiento del Plan de Comunicación, con el fin de realizar acciones de corrección para alcanzar los objetivos. Es importante medir el efecto de las actividades de comunicación llevando a cabo un seguimiento permanente del trabajo realizado. Para realizar esta labor se definirá indicadores de control sobre los cuales realizar mediciones periódicas (semanales, mensuales, trimestrales), con el fin de identificar acciones correctoras en caso de descubrirse incumplimientos por parte de los responsables. Es preciso que durante el transcurso y al finalizar el plan se compruebe el nivel de cumplimiento, de igual manera las razones por las que se han ejecutado o no los objetivos propuestos. Para la realización de este punto juega un rol importante los indicadores como el número de visitas a la página web, número de contactos realizados, apariciones en prensa, comentarios en las redes sociales, número de personas que

asisten a las reuniones, socializaciones, presupuestos participativos. Realizar habitualmente una evaluación si el plan de comunicación es correcto o si hace falta adaptarlo otras acciones.

Todos estos pasos se pueden resumir en cuatro fases: diagnóstico, estrategia, acciones y control.

### **2.2.10. Imagen Corporativa**

(Pintado & Sánchez, 2013, págs. 23-34) en su libro Imagen Corporativa influencia en la gestión empresarial define a la imagen corporativa como la representación mental de la organización que se forman los públicos, actualmente es uno de los elementos más importantes que las compañías, instituciones, empresas tienen a su disposición para hacer comprender a sus públicos quienes son, a qué se dedican. Es la percepción que tienen los usuarios y a la que asocian determinados valores como confianza, credibilidad, responsabilidad social, seriedad; para cumplir con el objetivo fundamental debe transmitir y reflejar la personalidad de la entidad, estar diseñado acorde al servicio o producto que ofrece, ser reconocido por el público interno y externo.

La imagen corporativa se puede manifestar en multitud de elementos relacionados con la empresa, por lo que es necesario señalar aquellos aspectos que habitualmente se asocian a la imagen:

#### **2.2.10.1. Los productos y su presentación**

Son factores muy importantes ya que tanto el producto en sí como su presentación tienen una gran influencia en las decisiones de los usuarios. Presentar un producto es una acción que va mucho más allá del simple ofrecimiento de un artículo o servicio, desde esta perspectiva, implica una serie de variables que complementan, engrandecen y distinguen a una empresa o institución, lo que será atrayente para el usuario.

#### **2.2.10.2. Logotipos y colores corporativos**

Son elementos imprescindibles para definir de una forma clara e inconfundible la imagen de la empresa u organización con la finalidad que el público objetivo lo reconozca. Para ello utilizan logotipos con formas sinuosas y colores llamativos, o a su vez de un solo color con figuras simples o regulares, dependiendo del servicio que preste la entidad pública o el producto que comercialice las instituciones privadas. Es el símbolo que representa la identidad de las instituciones y necesariamente tiene que estar presente en todos los elementos que representen la imagen visual.

#### **2.2.10.3. Personalidades**

Hace referencia a la amplia variedad de personas asociadas a las empresas, entidades, etc. que pueden influir en que la imagen percibida pueda ser positiva o negativa, en primera instancia se encuentran los empleados que laboran, que con su atención al cliente, pueden potenciar que éste considere que se le ha tratado correctamente, y por tanto mantenga una percepción adecuada. Además es imprescindible mencionar a las autoridades o dirigentes, debido a que dependiendo de su fuerza en la institución y de su aparición en los medios de comunicación, pueden potenciar la imagen institucional.

#### **2.2.10.4. Íconos Corporativos**

Se considera como un elemento visual, cuyo atractivo y connotaciones sirven para identificar a una empresa, compañía o institución o a una marca. En ocasiones, este es utilizado tan sólo en campañas publicitarias, pero otras veces, se incluye en el logo tipo e incluso pasa a ser un elemento decorativo. Algunos gozan de gran éxito y permanecen inalterables durante muchos años, mientras que en otros casos se debe actualizarlos para adaptarlos a los nuevos públicos, cambiarlos ocasiona un gran trastorno a las entidades en cuanto a la pérdida de sus valores asociados al no identificarse claramente en el nuevo ícono. En el ícono puede constar el nombre de la empresa que lo crea, al igual este podrá contener una música identificativa, que se utiliza en la publicidad, hasta en las llamadas telefónicas de espera.

#### **2.2.10.5. Comunicación Corporativa**

Es un elemento fundamental para formar la imagen de una institución, es una de las áreas en que las empresas invierten mayor presupuesto, y tradicionalmente sirve para dar a conocer cambios, lanzamientos de productos, servicios que ofrece, obras, proyectos que ejecuta o están por ejecutarse, etc. Habitualmente se considera que la comunicación en los medios masivos (televisión, prensa, revistas) es la que más aporta a la imagen corporativa. En toda institución es importante cuidar todo tipo de comunicación, desde las acciones internas dirigidas a los usuarios y empleados, hasta cualquier campaña exterior para el público, por tanto es necesario vigilar la comunicación a través de internet, las promociones, eventos, ferias, patrocinios, en todo momento son alternativas para dejar clara la imagen de la empresa, sin ningún inconveniente en su comprensión. Ofrecer siempre una imagen coherente y armónica, con una comunicación transparente basada en los valores corporativos, para ello utilizan como apoyo los slogans, la identidad corporativa (logo, colores), los íconos.

### **2.3 HIPÓTESIS**

La ausencia de un plan comunicacional debilita la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa.

### **2.4 VARIABLES**

#### **2.4.1. Variable Independiente**

Plan de comunicación.

#### **2.4.2. Variable Dependiente**

Imagen corporativa.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

En lo que respecta al marco metodológico se realizó un estudio de carácter descriptivo pues se busca definir estrategias comunicacionales que permitan identificar y seleccionar las herramientas apropiadas para cumplir con los objetivos institucionales. Para llevar adelante la presente investigación se recurrió a la investigación bibliográfica, documental y la observación, por ello fue necesario recopilar información proveniente de libros, sitios web, artículos de expertos publicados en internet y en la misma institución.

A partir de un diagnóstico se detectaron las necesidades y/o problemáticas de la Municipalidad y en base a ellas se desarrollará el plan comunicacional, con el fin de alcanzar una transformación de las acciones, brindando soluciones y aportes a las demandas identificadas en las encuestas.

Se plantea estrategias participativas y basadas en un diagnóstico exhaustivo de la realidad, luego de recopilar y analizar la documentación existente en la entidad, se elaboró encuestas dirigidas a los públicos objetivos con la finalidad de conocer su opinión respecto a la gestión municipal.

### **3.2 METODOLOGÍA**

#### **3.2.1 Métodos de investigación**

Es la disciplina encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento; orienta la manera en que se va a enfocar una investigación y la forma en que se recolecta, analiza y clasifica los datos, con el objetivo de que los resultados tengan validez y pertinencia.



### **3.2.1.1 Método Analítico-Sintético**

Analizados los elementos de la investigación se procederá a revisarlas ordenadamente cada uno de ellos por separado, con la finalidad de examinarlas y estudiar las relaciones entre las mismas.

### **3.2.1.2 Método Cualitativo – Cuantitativo**

Para el desarrollo del estudio se realizará un enfoque cuantitativo que se basa en usar la recolección de datos con base en la medición numérica y análisis estadístico. Además se utilizará el método cualitativo que consiste en emplear la recolección y análisis de datos interpretando los resultados alcanzados.

### **3.2.1.3 Método inductivo-deductivo**

Se utilizará el razonamiento para obtener soluciones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones válidas y confiables de carácter general, se iniciará con un estudio individual de los hechos para formular conclusiones.

## **3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.3.1 Investigación Bibliográfica**

Se realizó una investigación bibliográfica con el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre los temas a tratarse en el trabajo.

### **3.3.2 Investigación Documental**

Para la elaboración del trabajo práctico se recolectó, seleccionó y evaluó el contenido del material impreso, gráfico, físico y virtual de la entidad local, información necesaria para el desarrollo del plan de comunicación.

### **3.3.3 Investigación Descriptiva**

Mediante este tipo de investigación se realizó una descripción del origen y desarrollo de la inexistencia del plan comunicacional y su incidencia en la imagen institucional.

### **3.3.4 Investigación de Campo**

Con la aplicación de esta modalidad se obtuvo información primaria por cuanto se realizó un estudio sistemático de los hechos en el lugar que se produjeron los acontecimientos, mediante el cual conocimos las falencias que tiene el GAD Municipal debido a la ausencia de un plan comunicacional institucional.

## **3.4 TÉCNICAS**

Las técnicas que se emplearon para recopilar información necesaria para la elaboración de la propuesta, son: las encuestas, entrevistas, observación directa, internet, teoría de profesionales en este tema.

### **3.4.1 La encuesta**

Esta técnica fue la más idónea para recopilar información primaria, obteniendo los resultados requeridos, misma que fue realizada mediante un cuestionario que contenga preguntas con respuestas opcionales efectuadas a la ciudadanía y a los servidores municipales. Siendo la más fácil de utilizarla y aplicarla para el trabajo práctico.

## **3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.5.1 Población**

La población de estudio son 18.318 habitantes según el Censo 2010: VII de Población.

### 3.5.2 Muestra

La muestra de estudio se define a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (p) (q) (N)}{e^2 (N-1) + Z^2 (p)}$$

**Datos:**

**Población:** 18.318

**Seguridad:** 95% (1.96)

**N** = 18.318 (tamaño de la población)

**Z** = 1.96 (nivel de confianza)

**P** = 0.5 (probabilidad de éxito, o proporción esperada)

**Q** = 0.5 (probabilidad de fracaso)

**E** = 0.05 (error muestral)

**Desarrollo:**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (18.318)}{(0,05)^2 (18.318 - 1) + (1,96)^2 (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) (0,25) (18.318)}{(0,0025) (18.317) + (3,8416)}$$

$$n = \frac{17.592,607}{46,7529 +}$$

$$n = \frac{17.592,607}{47,7133}$$

$$n = 368,71$$

La muestra de estudio es 369 habitantes.

### 3.5.2.1 Investigación realizada a la ciudadanía

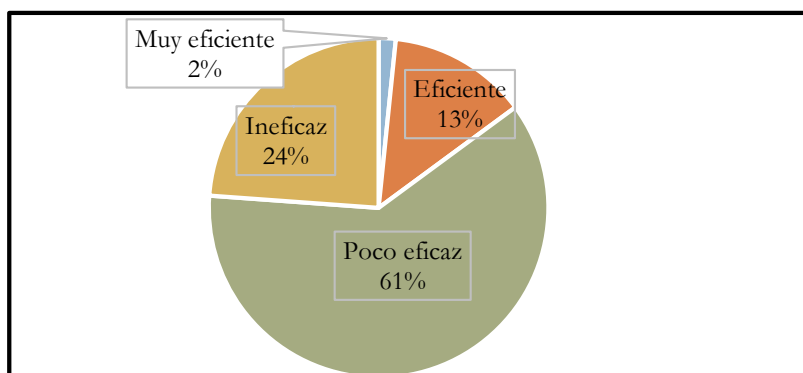
Con la finalidad de recopilar información acertada y de los involucrados que están directamente relacionados con este trabajo práctico, se procedió a elaborar una encuesta dirigida a la ciudadanía en general, según la muestra es de 369 habitantes en total.

#### 1. ¿Cómo califica la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?

**Tabla 2: Calificación de la imagen corporativa**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Muy eficiente	6	4%
b) Eficiente	49	13%
c) Poco eficaz	226	60%
d) Ineficaz	88	23%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 3: Calificación de la imagen corporativa**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa  
**Elaborado Por:** Janet Coello Córdova

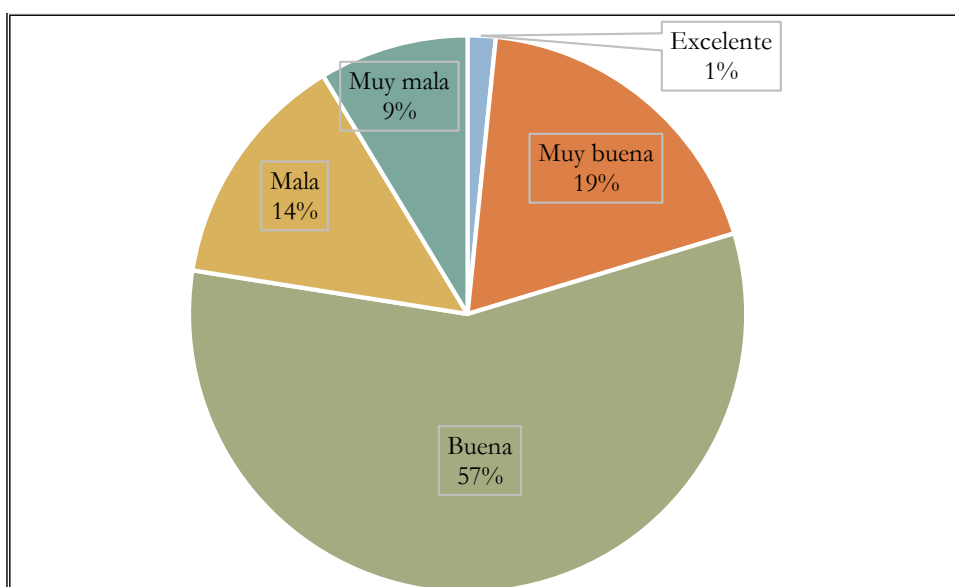
**Interpretación:** La información obtenida permite deducir que las estrategias de comunicación que son aplicadas esporádicamente en la actual administración no están cumpliendo con los objetivos institucionales, lo cual impide incrementar el reconocimiento social del GAD Cantonal por lo que se sugiere mejorar las políticas públicas.

2. ¿Cómo considera la imagen de la institución?

**Tabla 3: Imagen institucional**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Excelente	6	1%
b) Muy Buena	69	19%
c) Buena	211	57%
d) Mala	51	14%
e) Muy mala	32	9%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 4: Imagen institucional**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa

**Elaborado Por:** Janet Coello Córdova

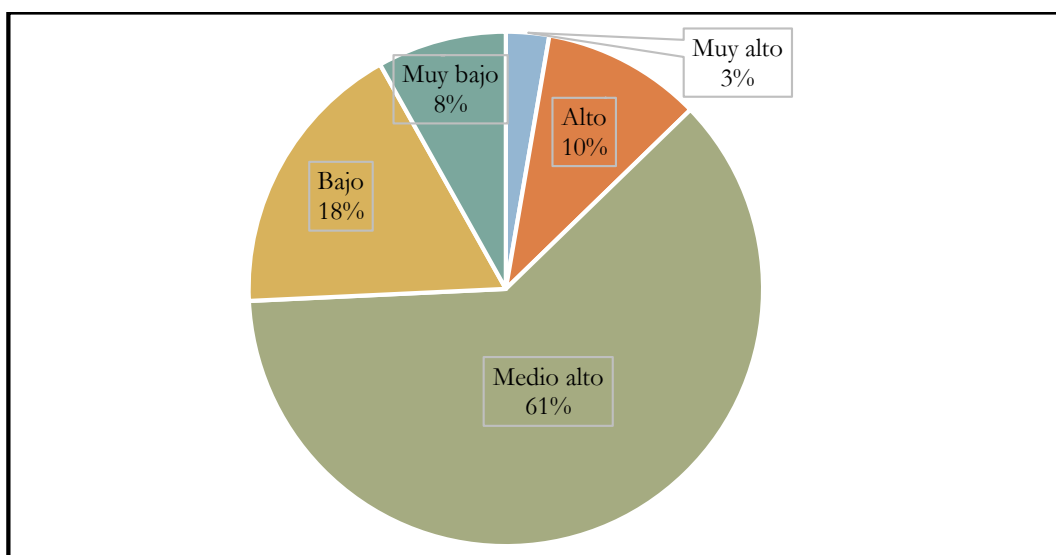
**Interpretación:** De acuerdo a los resultados alcanzados en la investigación de campo la municipalidad carece de canales de información de la gestión que emplean sus autoridades, la actividad informativa no dispone de una planificación estratégica de comunicación lo cual deberá ser implementada de manera inmediata para mejorar el reconocimiento social.

3. ¿Cómo evalúa el nivel de confianza de la población en los programas y proyectos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?

**Tabla 4: Confianza de la población de los programas y proyectos**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Muy alto	10	3%
b) Alto	37	10%
c) Medio alto	227	61%
d) Bajo	65	18%
e) Muy bajo	30	8%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 5: Confianza de la población de los programas y proyectos**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa; Septiembre 2015

**Elaborado Por:** Janet Coello Córdova

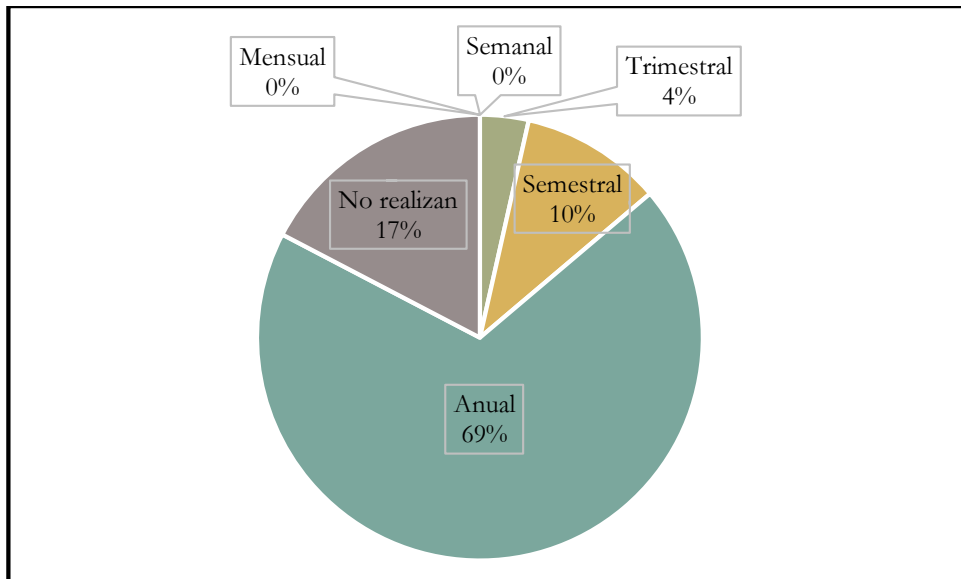
**Interpretación:** A pesar que los canales de comunicación que dispone el GAD cantonal son ineficientes, la credibilidad que tiene la población en sus autoridades es representativa lo cual obedece a la gestión desplegada de la administración municipal en el transcurso de los últimos siete años.

4. ¿Conoce usted con qué frecuencia el GAD Municipal realiza reuniones con la comunidad para informar los programas, planes, proyectos y actividades que emprendieran o emprenderán?

**Tabla 5: Frecuencia de las reuniones informativas con la comunidad**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Semanal	0	0%
b) Mensual	0	0%
c) Trimestral	13	4%
d) Semestral	38	10%
e) Anual	254	69%
f) No realiza	64	17%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 6: Frecuencia de las reuniones informativas a la comunidad**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

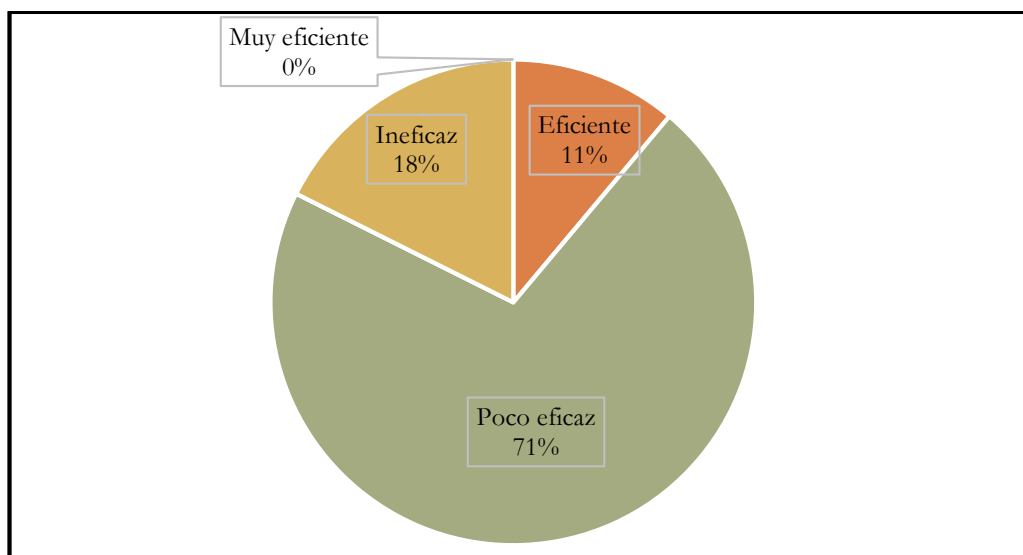
**Interpretación:** Uno de los principales problemas en la comunicación institucional es la ausencia de espacios ciudadanos que motiven la participación de los distintos actores sociales, a pesar de que los mismos se encuentran establecidos en la ley.

5. ¿Considera que la atención brindada a las necesidades de las comunidades urbanas y rurales es?

**Tabla 6: Atención a necesidades en las comunidades urbanas y rurales**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Muy eficiente	0	0%
b) Eficiente	41	13%
c) Poco eficaz	263	70%
d) Ineficaz	65	17%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 7: Atención a la necesidades de las comunidades urbanas y rurales**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

**Interpretación:** Se puede determinar que el GAD Municipal conforme a su presupuesto, ha ejecutado programas y proyectos que permiten satisfacer las necesidades de las comunidades urbanas y rurales, pero al no disponer de una herramienta estratégica comunicacional para mantener informada a la colectividad, los actores desconocen de las acciones emprendidas por lo que consideran que la gestión de las autoridades es ineficiente e inoperante.

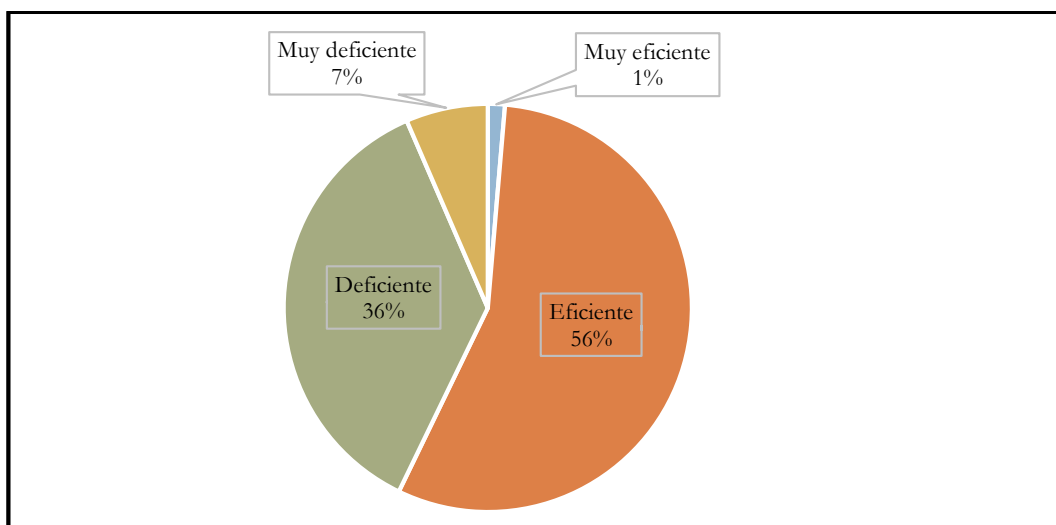


6. ¿La atención recibida por el talento humano municipal es?

**Tabla 7: Atención del talento humano**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Muy eficiente	5	3%
b) Eficiente	206	55%
c) Deficiente	134	36%
d) Muy deficiente	24	6%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 8: Atención del talento humano**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

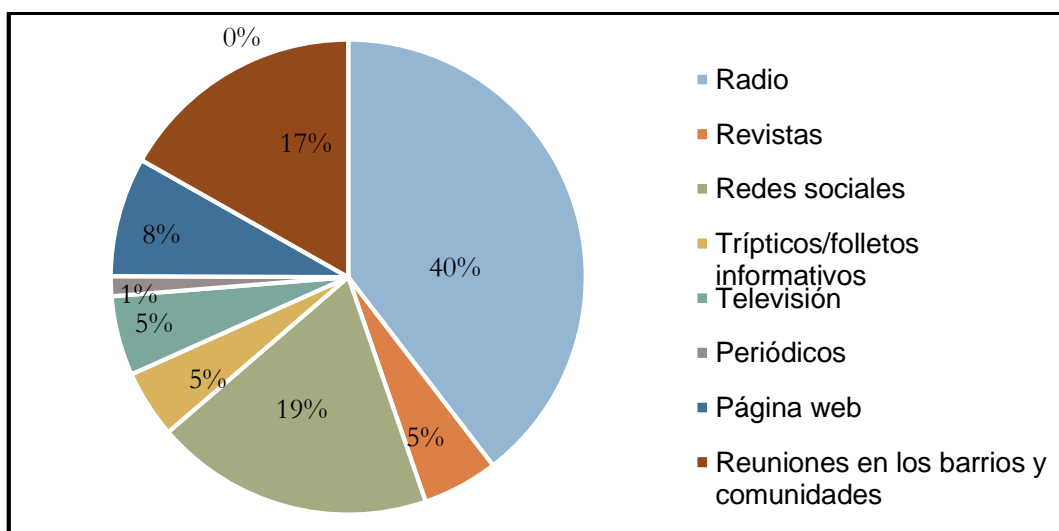
**Interpretación:** Los procesos, gestión o seguimiento que el público externo realiza en el municipio son engorrosos o burocráticos por lo que se debe crear estrategias para motivar al personal y detectar dónde se origina la inconformidad del usuario, más aún al constatar que la calidad del servicio es un factor indispensable y que resulta de gran importancia para la imagen institucional.

7. ¿A través de qué medios de comunicación se informa usted sobre la gestión municipal?

**Tabla 8: Medios de comunicación que se informa la ciudadanía**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Estaciones de radio	115	48%
b) Revistas	10	0%
c) Redes sociales	78	17%
d) Trípticos/folletos informativos	42	0%
e) Televisión	32	0%
f) Periódico	7	0%
g) Página web	23	9%
h) Reuniones en los barrios y comunidades	62	26%
i) Otros, especifique:	0	0%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 9: Medios de comunicación por los que se informa la ciudadanía**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

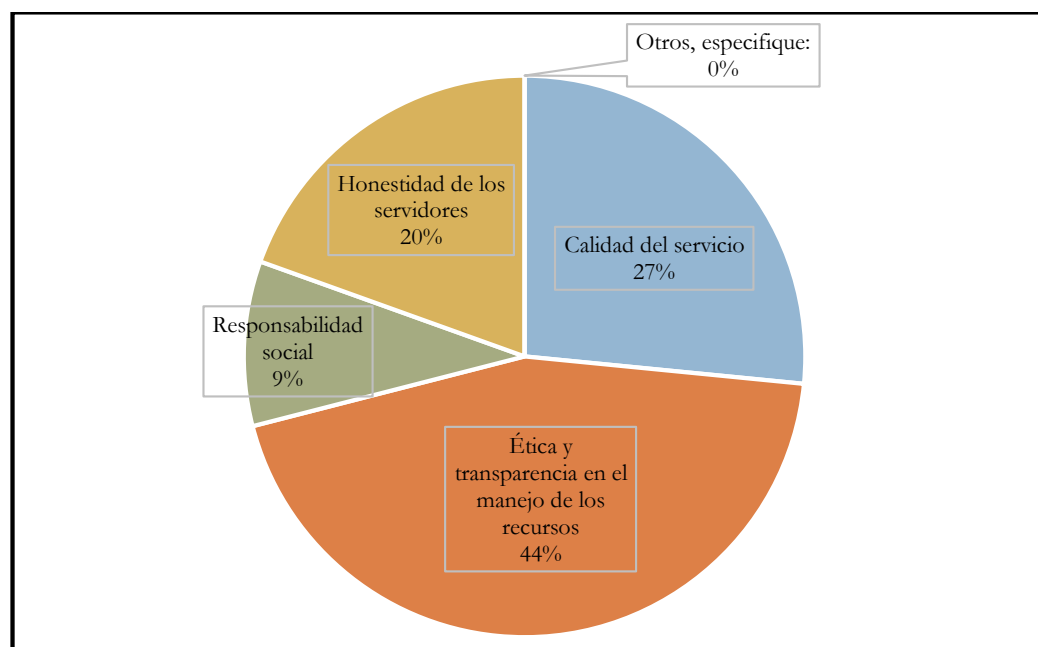
**Interpretación:** La escasa utilización de medios de comunicación alternativos como revistas, banners informativos, por parte de la Municipalidad no permite llegar a toda la población de manera efectiva a pesar que un importante porcentaje de la ciudadanía utiliza estas tácticas para informarse, es importante reconocer que las estaciones de radio disponen de mayor acogida en la ciudadanía.

8. ¿Qué cualidades recomendaría para brindar confianza y seguridad al usuario del GAD de Sucúa?

**Tabla 9: Recomendaciones para brindar confianza y seguridad al usuario**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Calidad de servicio	98	20%
b) Ética y transparencia en el manejo de los recursos	164	43%
c) Responsabilidad social	35	8%
d) Honestidad de los servidores	72	24%
e) Otros, especifique:	0	0%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 10: Recomendaciones para brindar confianza y seguridad al usuario**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

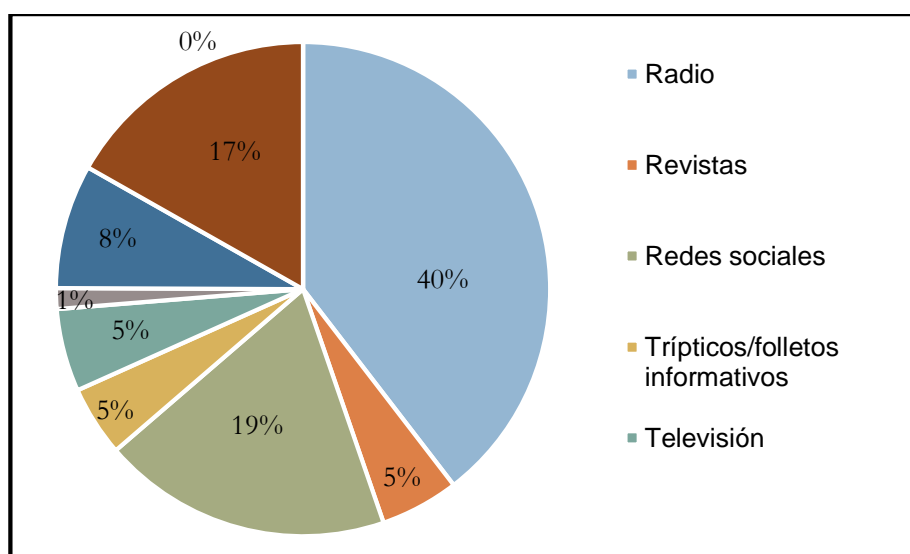
**Interpretación:** Uno de los factores que influyen en los criterios de los usuarios sobre la administración municipal, guarda relación con la inexistencia de un plan comunicacional, que fortalezca la credibilidad por parte de la ciudadanía en las actividades y gestiones que realiza el gobierno local, convirtiéndose en un elemento fundamental para mejorar la imagen institucional y la calidad de servicio que oferta.

**9. A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer las actividades que realiza el GAD Municipal de Sucúa?**

**Tabla 10: Referencia de los medios de comunicación**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Radio	146	40%
b) Revistas	19	5%
c) Redes sociales	70	19%
d) Trípticos/folletos informativos	17	5%
e) Televisión	20	5%
f) Periódico	5	1%
g) Página web	30	8%
h) Reuniones en los barrios y comunidades	62	17%
i) Otros, especifique:	0	0%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 11: Medios de comunicación seleccionados**



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

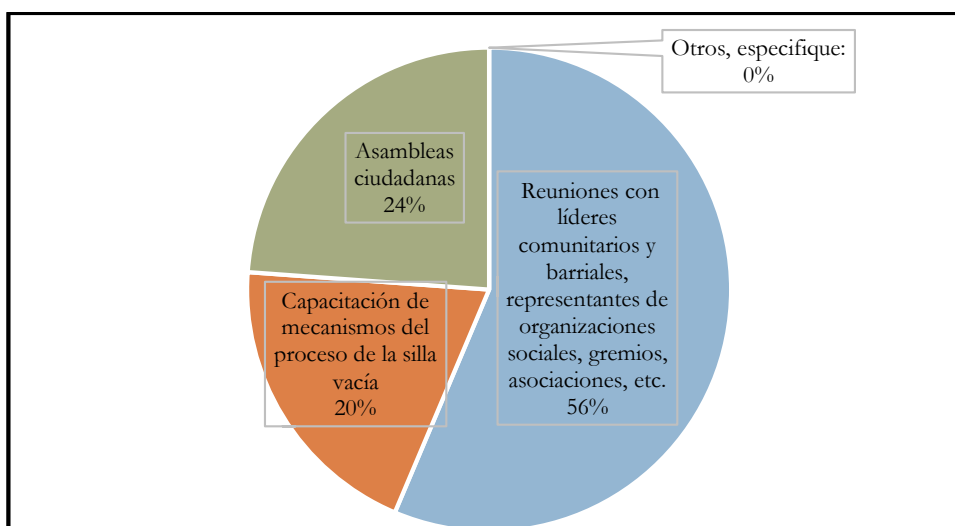
**Interpretación:** Según datos obtenidos el medio de comunicación más efectivo para la difusión son las estaciones de radio, por la cobertura y oportunidad convirtiéndose en la herramienta más apropiada para la difusión de la administración. Otro elemento importante es la difusión a través de las redes sociales y la realización de reuniones en barrios y comunidades.

10. ¿Cómo debe motivarse la participación ciudadana desde el GAD de Sucúa?

Tabla 11: Actividades para la participación ciudadana

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Reuniones con líderes comunitarios y barriales, representantes de organizaciones sociales, gremios, asociaciones, etc.	208	56%
b) Capacitación de mecanismos del proceso de la silla vacía	73	20%
c) Asambleas ciudadanas	88	24%
d) Otros, especifique:	0	0%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

Gráfico 12: Tácticas para motivar para la participación ciudadana



**Fuente:** Ciudadanía del cantón Sucúa

**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

**Interpretación:** Según las encuestas realizadas se determinó el interés de la población por involucrarse con la administración municipal por cuanto las respuestas obtenidas, están encaminadas en mantener diálogos directos con las autoridades y técnicos para exponer sugerencias, inquietudes, etc., este escenario ratifica la falta de acercamiento del gobierno local con la sociedad, por tanto la ausencia de estrategias comunicacionales adecuadas impide el mejoramiento de la relación con su público objetivo.

### 3.5.3 Investigación realizada al Talento Humano del GAD Municipal del Cantón Sucúa.

En el GAD del Cantón Sucúa laboran 250 servidores municipales.

#### 3.5.3.1 Muestra

La muestra de estudio se define a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (p) (q) (N)}{e^2 (N-1) + Z^2 (p)}$$

**Datos:**

**Población:** 250

**Seguridad:** 95% (1.96)

**N** = 250 (servidores municipales)

**Z** = 1.96 (nivel de confianza)

**P** = 0.5 (probabilidad de éxito, o proporción esperada)

**Q** = 0.5 (probabilidad de fracaso)

**E** = 0.05 (error muestral)

**Desarrollo:**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (250)}{(0,05)^2 (250 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 (0,25) (250)}{(0,0025) (249) + (3,8416)}$$

$$n = \frac{240,10}{0,6225 + 0,9604}$$

$$n = \frac{240,10}{1,5829}$$

$$n = 151,7$$

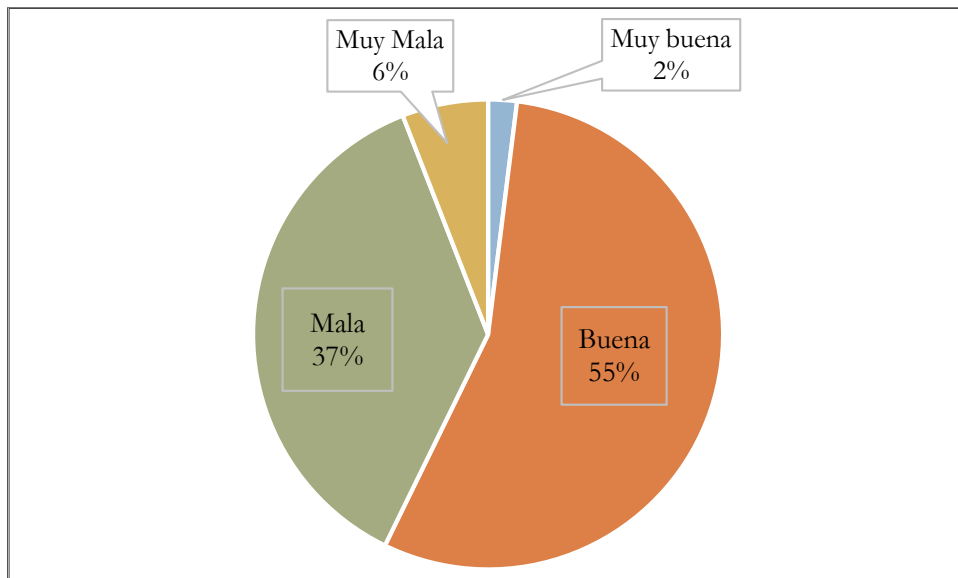
La muestra de estudio es 152 servidores municipales.

**1. ¿Qué opinión tiene de la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?**

**Tabla 12: Opinión de la imagen corporativa del GADM de Sucúa**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Muy buena	3	2%
b) Buena	84	55%
c) Mala	56	37%
d) Muy mala	9	6%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 13: Opinión de la imagen corporativa del GADM de Sucúa**



**Fuente:** Talento Humano del GAD Municipal de Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

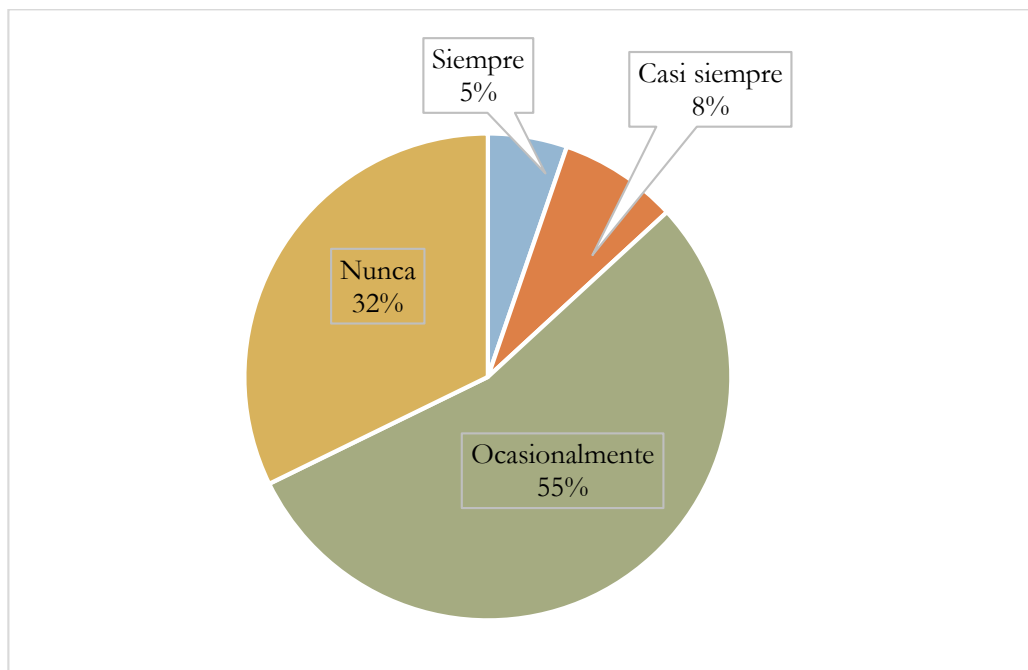
**Interpretación:** Los resultados obtenidos indican la ausencia de canales de comunicación interna, lo cual incide en la motivación y el involucramiento al talento humano del GAD Municipal.

2. ¿La institución comunica las decisiones oportunamente adoptadas por sus autoridades?

Tabla 13: La institución comunica las decisiones oportunamente

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Siempre	8	5%
b) Casi siempre	12	8%
c) Ocasionalmente	83	55%
d) Nunca	49	32%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

Gráfico 14: La institución comunica las decisiones oportunamente



**Fuente:** Talento Humano del GAD Municipal de Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

**Interpretación:** La ausencia de estrategias dirigidas al público interno origina que los servidores municipales argumenten desconocer las decisiones de los altos mandos del gobierno local, lo cual evita que estén informados regularmente, afectando con ello su sentido de pertenencia institucional.

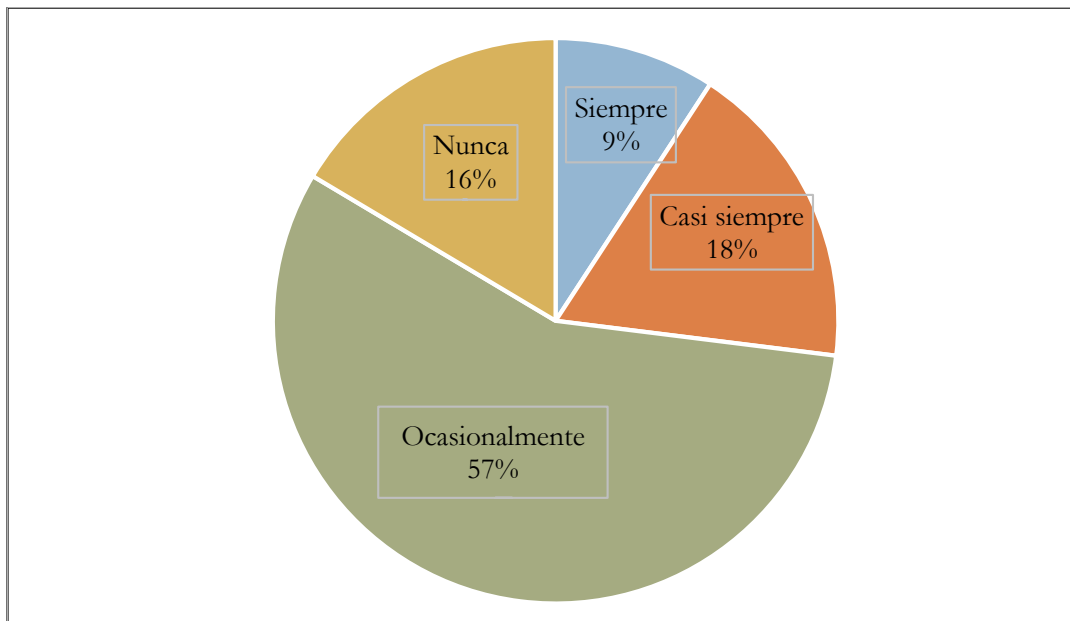


3. ¿Se organiza actividades y acciones para fomentar las buenas relaciones interpersonales entre los servidores municipales?

**Tabla 14: Frecuencia de actividades institucionales**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Siempre	14	9%
b) Casi siempre	27	18%
c) Ocasionalmente	86	57%
d) Nunca	25	16%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 15: Frecuencia de actividades institucionales**



**Fuente:** Talento Humano del GAD Municipal de Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

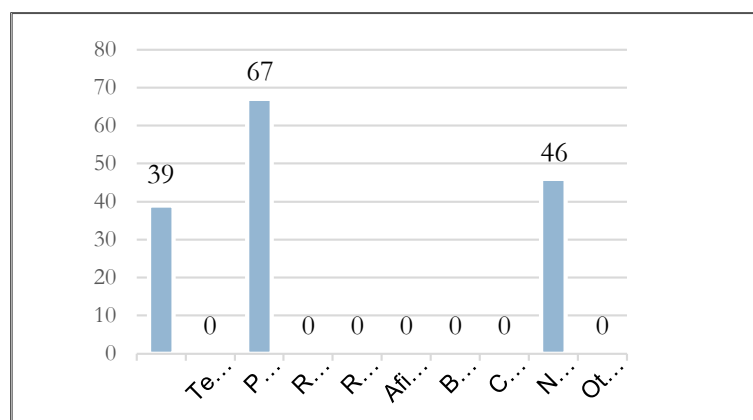
**Interpretación:** Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que la Municipalidad no organiza regularmente eventos de capacitación, talleres, programaciones, etc., que fomente las relaciones interpersonales entre los servidores municipales, lo cual ha impedido impulsar y fortalecer un ambiente laboral agradable y un clima organizacional armónico.

4. ¿Mediante qué medio de comunicación usted identifica los valores y la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?

**Tabla 15: Medios de comunicación que identifican valores y la imagen corporativa**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Redes Sociales	39	26%
b) Televisión	0	0%
c) Página Web	67	44%
d) Revistas	0	0%
e) Radio	0	0%
f) Afiches	0	0%
g) Baners	0	0%
h) Carteleras	0	0%
i) No conozco	46	30%
j) Otros, especifique:	0	0%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 16: Medios de comunicación que identifica valores y la imagen corporativa**



**Fuente:** Talento Humano del GAD Municipal de Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

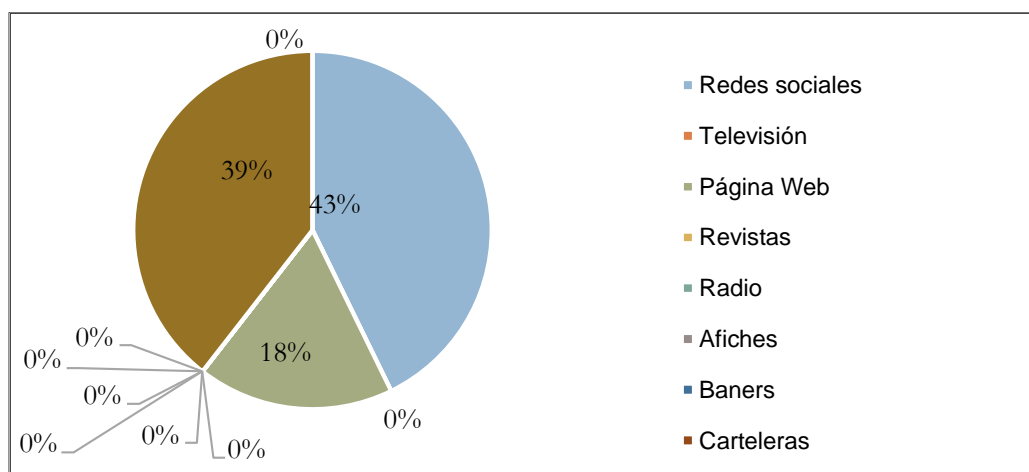
**Interpretación:** Los resultados de las encuestas aplicadas a los servidores públicos municipales identifican los valores y la imagen corporativa del GAD Cantonal de Sucúa en la página web institucional, lo cual permite reconocer la importancia de las redes sociales en la gestión municipal.

5. ¿A través de qué medios de comunicación el GAD Municipal informa a su público interno de las actividades que realiza?

**Tabla 16: Medios de comunicación utilizados para informar al público interno**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Redes Sociales	65	39%
b) Televisión	0	0%
c) Página Web	27	18%
d) Revistas	0	0%
e) Radio	0	0%
f) Afiches	0	0%
g) Baners	0	0%
h) Carteleras	0	0%
i) No conozco	0	0%
j) Reuniones mensuales con el personal	60	43%
k) Otros, especifique:	0	0%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 17: Medios de comunicación utilizados para informar al público interno**



**Fuente:** Talento Humano del GAD Municipal de Sucúa

**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

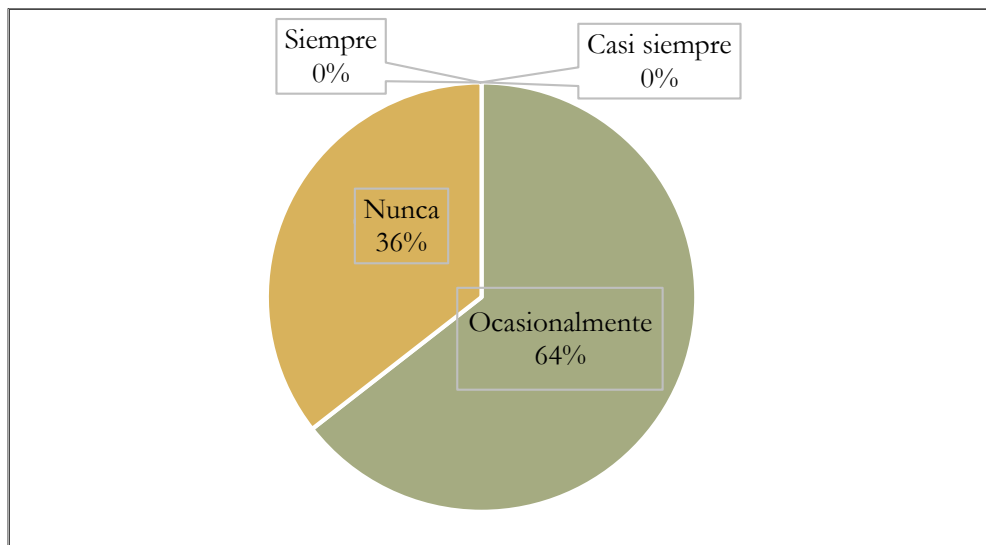
**Interpretación:** A pesar que el GAD Cantonal de Sucúa, lleva a cabo reuniones mensuales para informar sobre las actividades realizadas, los servidores municipales manifiestan que durante estas convocatorias resulta imposible informarse adecuadamente sobre la administración municipal, de igual forma no se utiliza tecnología para establecer estrategias de comunicación; lo que ocasiona que los servidores municipales desconozcan de las actividades institucionales que se cumplen en beneficio de la comunidad.

6. ¿La institución diseña campañas de comunicación informativas sobre las acciones dirigidas a los usuarios y a la comunidad en general?

**Tabla 17: Frecuencia de campañas informativas**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Siempre	0	0%
b) Casi siempre	0	0%
c) Ocasionalmente	98	64%
d) Nunca	54	36%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 18: Frecuencia de las campañas informativas**



**Fuente:** Talento Humano del GAD Municipal de Sucúa  
**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

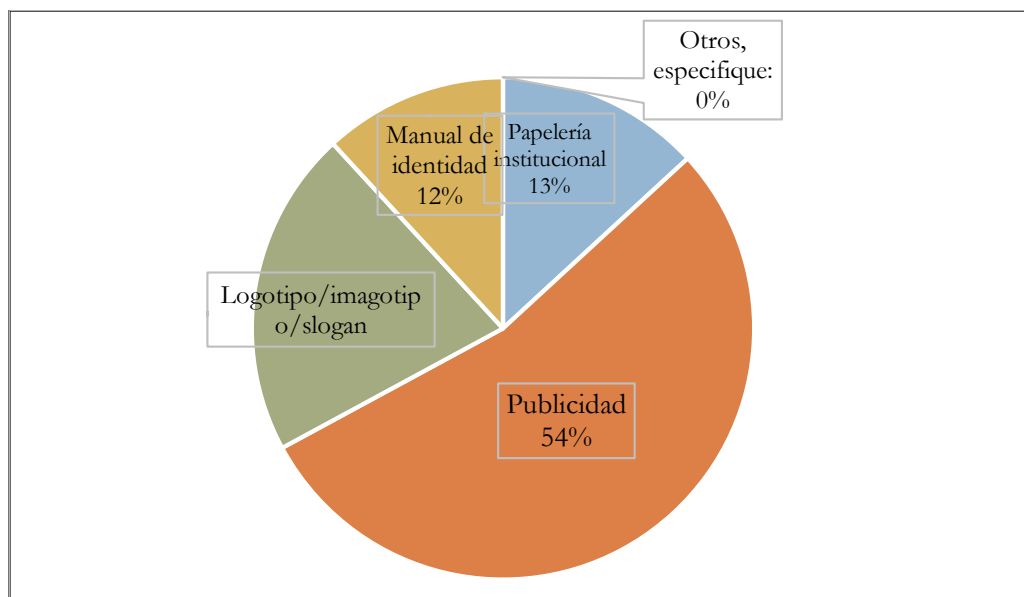
**Interpretación:** Un dato importante que se observa es que la Municipalidad está descuidando la realización de campañas informativas sobre las acciones dirigidas a los usuarios, esta actividad resulta esporádica y como consecuencia de ello el gobierno local presenta deficiencias en el reconocimiento social.

7. ¿Qué elementos de la imagen corporativa se deberían rediseñar para incrementar el reconocimiento social del GAD de Sucúa?

**Tabla 18: Elementos para rediseñar la imagen corporativa**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Papelería institucional	20	13%
b) Publicidad	82	54%
c) Logotipo/imagotipo/slogan	32	21%
d) Manual de identidad	18	12%
e) Otros, especifique	0	0%
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 19: Elementos para rediseñar la imagen corporativa**



**Fuente:** Talento Humano del GAD Municipal de Sucúa

**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

**Interpretación:** La ausencia de estrategias comunicacionales previstas para el corto y mediano plazo muestra la necesidad de implementar tácticas que faciliten la difusión de la imagen corporativa institucional al talento humano que labora en la Municipalidad, con el fin incrementar el reconocimiento social del GAD de Sucúa.

### **3.6 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

Una vez procesada la información se logró determinar que la ausencia de un plan comunicacional ha debilitado la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa, lo cual al mismo tiempo ha impedido que la actual administración obtenga un importante reconocimiento social a los servicios que oferta a la comunidad, ratificando la hipótesis planteada en la presente investigación por lo que se vuelve imprescindible el establecimiento de estrategias comunicacionales que permitan transformar esta realidad.

## CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

### 4.1 PROPUESTA

#### 4.1.1 Título

“PLAN COMUNICACIONAL PARA MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL PERÍODO 2016 - 2020”

#### 4.1.2 Objetivo

Mejorar la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago a fin de incrementar su reconocimiento social.

#### 4.1.3 Público interno

**Tabla 19: Público interno del GADM de Sucúa**

<b>ESTRUCTURA MUNICIPAL</b>	<b>SECCIONES</b>	<b>No. SERVIDORES PÚBLICOS</b>
<b>Concejo Cantonal</b>	5 Concejales	
<b>Alcaldía</b>	1 Alcalde	
	1 Asistente	
<b>Secretaría General</b>	1 Secretario	
	1 Asistente	
<b>Dirección de Obras Públicas y Saneamiento Ambiental</b>	1 Director	
	1 Asistente	
	Operaciones de OOPP y SSAA	10
	Operaciones Servicios Públicos	26
	Supervisión Vehículos y Maqui	38
Jefe de Cuadrilla de Obreros	9	
<b>Dirección Financiera</b>	1 Director	
	1 Asistente	
	Tesorería	3
	Contabilidad General	8

<b>Desarrollo Social, Turismo e Inclusión</b>	1 Director	
	1 Asistente	
	Turismo	2
	Desarrollo Social e Inclusión	14
	Emprendimientos	2
<b>Dirección de Planificación Estratégica</b>	1 Director	
	1 Asistente	
	Proyectos	8
	Planificación Cantonal	2
<b>Dirección de Asesoría Jurídica</b>	1 Director	
	1 Asesora	
	1 Asistente	
	Comisaría Municipal	1 Comisario 14 Policías
<b>Dirección de Ordenamiento Territorial</b>	1 Director	
	1 Asistente	
	Gestión Territorial	6
	Avalúos y Catastros	6
<b>Dirección de Coordinación Interinstitucional</b>	1 Director	
	Relaciones Públicas	3 Técnicos
<b>Dirección Administrativa</b>	1 Director	
	1 Asistente	
	Contratación Pública	3
	Mantenimiento	10
	Talento Humano	3
	Fiscalización	2 Fiscalizadores
<b>Registraduría de la Propiedad</b>		1 Registrador 1 Contadora 1 Asistente
<b>Empresa Pública Municipal de Rastro y Plazas de Ganado</b>	1 Gerente	
	1 Técnico	
<b>Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado</b>	1 Gerente	
<b>Junta Cantonal de Protección de Derechos</b>	3 Miembros de la Junta	
<b>Consejo Cantonal para la Protección de los Derechos</b>	1 Secretaria Ejecutiva, 1 Contadora	
<b>Unidad de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial</b>	1 Jefe de la Unidad, 1 Digitadora 1 Revisor Vehicular	

**Fuente:** GAD Municipal del Cantón Sucúa

**Elaborado por:** Janet Coello Córdova



#### 4.1.4 Público externo

El cantón Sucúa políticamente se encuentra dividido en 4 parroquias: Sucúa, Huambi, Santa Marianita de Jesús y Asunción; su cabecera cantonal lleva su mismo nombre siendo la ciudad de Sucúa, además está conformado por 45 comunidades o centros poblados, 8 barrios suburbanos y 14 barrios urbanos.

**Cuadro 4: Datos poblacionales**

<b>PARROQUIA</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Sucúa	12.619
Huambi	2.891
Santa Marianita	905
Asunción	1.903
<b>TOTAL</b>	<b>18.318</b>

**Fuente:** Sistema de Información Local - GAD de Sucúa

**Elaborado por:** Janet Coello Córdova

## 4.2 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

### 4.2.1 Publicidad

#### 4.2.1.1 Estrategia 1

**Nombre de la estrategia:** Publicación informativa en el diario RANDIMPA

**Objetivo:**

Informar a la ciudadanía sobre los proyectos, obras y programas que han desarrollado mensualmente el GAD Municipal de Sucúa.

**Importancia:**

Tal como se había precisado anteriormente en Morona Santiago existe el periódico RANDIMPA que es distribuido en toda la provincia, medio de comunicación que permitirá llegar con información de la Municipalidad a todos los vecinos cantones, lo que mejorará la imagen institucional.

**Cuadro 5: Fechas de publicación por la prensa**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
01 de febrero del 2016	30 de diciembre del 2016
06 de febrero del 2017	29 de diciembre del 2017
05 de febrero del 2018	28 de diciembre del 2018
04 de febrero del 2019	30 de diciembre del 2019
03 de febrero del 2020	30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

La publicación mensual en el diario RANDIMPA tiene un costo de USD \$ 210,00. Al año asciende a un monto de USD \$ 2.520,00.

**Contenido:**

El mensaje que se informará guardará relación con obras o proyectos ejecutados, mediante información oficial, este contenido será publicado en media página a full color al interior del diario RANDIMPA.

#### 4.2.1.2 Estrategia 2

**Nombre de la estrategia:** Publicación informativa en la revista “EXPRESATE MORONA SANTIAGO”.

**Objetivo:**

Comunicar a la población trimestralmente sobre las acciones más importantes realizadas por el GAD Cantonal de Sucúa.

**Importancia:**

La revista es una herramienta eficaz para dar a conocer información municipal a todos los cantones de la provincia. Su calidad de impresión de las composiciones gráficas hace que los lectores tengan interés por los anuncios que se publicarán en este medio escrito, de tal forma la ciudadanía estará debidamente informada incrementando la credibilidad y el reconocimiento social.

**Cuadro 6: Calendario para publicación en revista**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
04 de enero del 2016	30 de diciembre del 2016
02 de enero del 2017	29 de diciembre del 2017
02 de enero del 2018	28 de diciembre del 2018
02 de enero del 2019	30 de diciembre del 2019
02 de enero del 2020	30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

El valor de la publicación en la revista *Exprésate Morona Santiago* se realizará trimestralmente por un valor de USD \$ 300,00. Al año asciende a la cantidad de USD \$ 1.200,00.

**Contenido:**

Se publicará composiciones gráficas con texto seleccionado sobre las obras, programas y proyectos ejecutados cada 3 meses por el GAD Cantonal de Sucúa, este contenido será publicado en una página impar a full color al interior de la revista *Exprésate Morona Santiago*.

**4.2.1.3 Estrategia 3**

**Nombre de la estrategia:** Publicidad en TV

**Objetivo:**

Difundir información sobre las acciones cumplidas por la Municipalidad.

**Importancia:**

Al difundir las acciones administrativas, financieras, técnicas y proyectos realizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucúa, en un medio masivo de comunicación como es el “CANAL SUCÚA TV”, se dispondrá de la oportunidad de difundir un contenido audiovisual.

**Cuadro 7: Fechas para publicidad en TV**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
04 de enero del 2016	30 de diciembre del 2016
02 de enero del 2017	29 de diciembre del 2017
02 de enero del 2018	28 de diciembre del 2018
02 de enero del 2019	30 de diciembre del 2019
02 de enero del 2020	30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

El costo de la publicación en el canal de televisión es de USD \$ 6.000,00 por año.

**Contenido:**

La publicación será un video en el que contenga imágenes de las obras, reconocimientos de los beneficiarios, entrevista al señor alcalde y finalizará con un spot de imágenes de Sucúa, el mimo que tendrá una duración de 30 minutos en formato hd que incluye post producción y 12 programas institucionales anuales (frecuencia un programa mensual).

**Guion:****Cuadro 8: Guión\_Entrevista al Alcalde en TV**

<b>TIEMPO (minutos)</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1 - 2	Spot de imágenes de gente trabajando, que se encuentren en el parque central, mercado municipal, jóvenes y niños en los centros educativos
3 - 4	Saludo del entrevistador y presentación al invitado
5 - 7	Saludo del alcalde
8 - 17	El alcalde informa las obras, proyectos y programas que ha ejecutado mensualmente el GAD Municipal, se transmitirá fotografías o videos según describa las actividades cumplidas
18 - 20	Spot de imágenes de lugares turísticos del cantón Sucúa
21- 25	Entrevista al Director de Obras Públicas
26 - 30	Se finaliza la entrevista con las palabras de despedida del Alcalde

**4.2.1.4 Estrategia 4**

**Nombre de la estrategia:** Difusión en redes sociales

**Objetivo:**

Difundir la imagen corporativa del GAD en las redes sociales e informar a la ciudadanía de las acciones realizadas.

**Importancia:**

El avance de la tecnología permitirá promocionar y difundir las acciones, los eventos que asiste el alcalde de manera inmediata, puesto que el internet es un medio de comunicación en el que se podrá actualizar la información municipal las veces que fueren necesarias, manteniendo siempre informada a la ciudadanía de las propuestas y del accionar institucional.

### **Cuadro 9: Fechas para publicidad en redes sociales**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
04 de enero del 2016	30 de diciembre del 2016
02 de enero del 2017	29 de diciembre del 2017
02 de enero del 2018	31 de diciembre del 2018
02 de enero del 2019	31 de diciembre del 2019
02 de enero del 2020	31 de diciembre del 2020

#### **Responsable:**

Comunicador Institucional

#### **Financiamiento:**

El costo asciende a USD \$ 8.452,00 anual, que consiste en la remuneración mensual al funcionario responsable de realizar la difusión en las redes sociales.

#### **Contenido:**

Para la promoción de la imagen corporativa en redes sociales se cuenta con una página Facebook donde se publicará la información del GAD actualizada para que los usuarios y los ciudadanos se informen de manera inmediata al igual que una página de Twitter, ambas redes sociales se promocionarán de manera masiva además de crear grupos en Facebook para peticiones de proyectos y obras, quejas de usuarios, y fortalecimiento de la imagen corporativa.

## Formato de la publicidad:



Figura 1: Formato Publicidad redes sociales

### 4.2.1.5 Estrategia 5

Nombre de la estrategia: Correo mailing

Objetivo:

Promover la imagen corporativa institucional mediante el correo electrónico a los usuarios con el envío de información permanente.



**Importancia:**

Envío masivo de correo denominado mailing a los usuarios para la promoción de servicios y de boletines informativos sobre obras y proyectos que se están ejecutando en la entidad

**Cuadro 10: Fechas correo mailing**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
01 de febrero del 2016	30 de diciembre del 2016
06 de febrero del 2017	29 de diciembre del 2017
05 de febrero del 2018	28 de diciembre del 2018
04 de febrero del 2019	30 de diciembre del 2019
03 de febrero del 2020	30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Técnico en Tecnologías de la Información y Comunicación

**Financiamiento:**

Tiene un costo anual de USD \$ 400,00 por 2.000 mensajes enviados mensualmente.

**Contenido:**

Se diseñará un formato para el correo mailing, que se difundirá con la obra más relevante del mes.



**Figura 2: Formato para correo mailing**

## 4.2.2 Publicidad alternativa

### 4.2.2.1 Estrategia 1

**Nombre de la estrategia:** Afiches informativos mensuales

**Objetivo:**

Difundir información sobre las obras ejecutadas y promociones del GAD de manera mensual.

**Importancia:**

El afiche es un medio de comunicación mediante el cual se difundirá obras ejecutadas, acontecimientos trascendentales, invitaciones a eventos culturales, etc. Su llamativo diseño permitirá captar la atención del público objetivo. El bajo costo y fácil acceso son ventajas que fomentarán la participación de la ciudadanía para mantenerla debidamente informada.

**Cuadro 11: Fecha para realización de afiches**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
01 de febrero del 2016	30 de diciembre del 2016
06 de febrero del 2017	29 de diciembre del 2017
05 de febrero del 2018	28 de diciembre del 2018
04 de febrero del 2019	30 de diciembre del 2019
03 de febrero del 2020	30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Comunicador Institucional

**Financiamiento:**

Tiene un costo anual de USD \$ 2.280,00 por la elaboración de 6.000 afiches informativos.

**Contenido:**

Se diseñará afiches informativos mensuales sobre las obras, eventos culturales, promociones del GAD Municipal de Sucúa.

Gobierno Autónomo Descentralizado



*La obra sigue*

Municipal del cantón Sucúa

### SE CONSTATA EL AVANCE DEL ASFALTO EN LOS BARRIOS NORTE Y TERMINAL



El Alcalde del Cantón Sucúa visitó los barrios norte y terminal el pasado 19 de enero, con el objetivo de constatar el correcto avance de la obras que viene realizando en convenio con el GAD Provincial de Morona Santiago.

El trabajo de obra básica realizado por el equipo del Gobierno Municipal de Sucúa consiste en: alcantarillado sanitario y pluvial, redes de agua, colocación de sumideros, colocación de base y subbase y compactación, para que posteriormente el Gobierno Provincial proceda a la imprimación y el tendido de la carpeta asfáltica

El Dr. Saúl Cárdenas Alcalde de nuestro Cantón verificó la obra de asfalto y expresó a la ciudadanía: "trabajando en conjunto podremos lograr grandes cosas, seguiremos firmando convenios con el objetivo de servir a nuestra gente".

El Gobierno Municipal del Cantón Sucúa invierte 206.168,94 en el convenio de cooperación interinstitucional celebrado con el Gobierno Provincial de Morona Santiago para el asfaltado de la calle Tankamash y sus transversales.

La obra básica de las vías para su posterior asfalto se encuentra avanzado en un 90%, para que el Gobierno Provincial y proceda a la imprimación y tendido de la carpeta asfáltica. De esta forma contribuimos enormemente al servicio de nuestra gente.



**Figura 3: Diseño de afiches informativos**

**Estrategia 2:****Nombre de la estrategia:** Hojas volantes**Objetivo:**

Difundir los servicios y los eventos que organice el GAD del Cantón Sucúa para motivar la participación activa de la ciudadanía.

**Importancia:**

La mayoría de la población desconoce de los procesos y trámites que debe realizar en el gobierno local, lo que ocasiona una imagen desfavorable, siendo importante la elaboración de las hojas volantes para que se convierta en una guía para el usuario. Además se informarán los servicios que ofrece y los eventos que organice la Municipalidad. Adicionalmente el usuario dispondrá en sus manos el procedimiento a seguir para agilizar su trámite en el GAD Cantonal de Sucúa.

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
01 de febrero del 2016	30 de diciembre del 2016
06 de febrero del 2017	29 de diciembre del 2017
05 de febrero del 2018	28 de diciembre del 2018
04 de febrero del 2019	30 de diciembre del 2019
03 de febrero del 2020	30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

Tiene un costo anual de USD \$ 480,00 por la elaboración de 6.000 hojas volantes.

**Contenido:**

**REQUISITOS PARA ACCEDER A LAS REBAJAS POR CONTRIBUCIÓN ESPECIAL DE MEJORAS PARA LAS JEFAS DE HOGAR QUE SEAN VIUDAS, DIVORCIADAS O MADRES SOLTERAS**

**Tendrán una exoneración en la contribución especial de mejoras:**

**60%:** - Patrimonio no supere los 500 salarios básicos unificados  
- Ingresos mensuales que no superen los 500 salarios básicos unificados

**30%:** - Patrimonio supere los 500 salarios básicos unificados  
- Ingresos mensuales que superen los 500 salarios básicos unificados

**REQUISITOS:**

- 1) Presentar una solicitud dirigida a la Dirección de Ordenamiento Territorial para acceder a las rebajas
- 2) Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación
- 3) Partida de nacimiento de los hijos/as emitido por el Registro Civil
- 4) Copia de las escrituras o certificado del Registrador de la Propiedad de todos los predios que posea
- 5) Declaración juramentada de: ingresos mensuales y que no posee predios en otros cantones

Cumple con los requisitos y accede a las

**GAD Sucúa**  
Dr. Saúl Cárdenas Riera  
ALCALDE DEL CANTÓN SUCÚA

**Figura 4: Diseño de hojas volantes**

#### 4.2.2.2 Estrategia 3:

**Nombre de la estrategia:** Tríptico informativo del GAD

**Objetivo:**

Difundir la filosofía institucional del GAD para incrementar el sentido de pertenencia tanto del público objetivo interno como externo.

**Importancia:**

A través del diseño del tríptico informativo se dará a conocer la misión, visión, valores y servicios del GAD, esta estrategia va dirigida de manera inicial al público interno que lo llevará en su puesto de trabajo recordando los fines de la organización, debido a que la mayoría de los servidores municipales desconocen sobre estos ámbitos importantes.

**Cuadro 12: Fechas para realización de trípticos informativos**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
11 de enero del 2016	29 de enero del 2016
09 de enero del 2017	31 de enero del 2017
08 de enero del 2018	31 de enero del 2018
07 de enero del 2019	31 de enero del 2019
06 de enero del 2020	31 de enero del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

Se elaborarán 1.000 trípticos con un costo de USD \$ 80,00 por año.

## Contenido:

# GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA



## VISIÓN

Continuar siendo ejemplo de desarrollo en la región mediante una organización interna altamente eficiente que gerencia productos, servicios con calidad, responsabilidad social y ambiental en bienes, servicios y obras compatibles con la demanda de la sociedad; capaz de asumir los nuevos roles vinculados con el desarrollo y la identidad cultural, de género con inclusión y humanismo; desconcentrando y optimizando los recursos que aseguren la calidad de vida de la población intercultural del cantón; pretendiendo un Gobierno Municipal eficiente, transparente, innovador, incluyente, amigable, con comunidades respetuosas y organizadas con cultura ciudadana de bienestar y buen vivir.

## MISIÓN

Generamos el desarrollo sustentable de nuestro cantón para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, dinamizando proyectos de obras y servicios con calidad, calidez, eficiencia y oportunidad, asegurando el desarrollo social y económico sostenible de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales, dentro de un proceso de transparencia y ética institucional, con el desempeño óptimo del talento humano altamente comprometido, capacitado, motivado con solvencia moral y, promoviendo la inclusión, la interculturalidad, artes, actividades deportivas y recreativas.

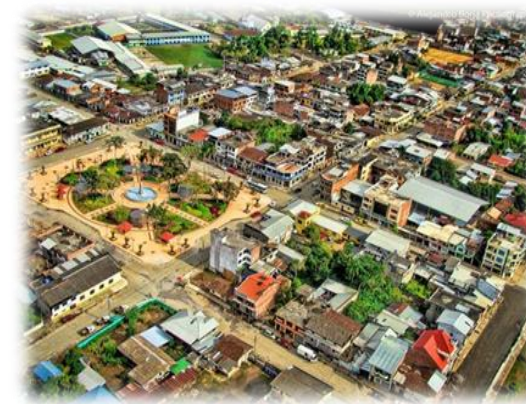
## Valores

- a) Integridad
- b) Honradez
- c) Responsabilidad
- d) Equidad y justicia
- e) Probidad
- f) Imparcialidad
- g) Respeto
- h) Solidaridad
- i) Veracidad

## OBJETIVO GENERAL

### INSTITUCIONAL

Mejorar la calidad de vida de la población sucueña mediante la prestación de servicios públicos, con la implementación de la participación ciudadana para alcanzar el progreso equitativo, solidario, sustentable, social y económico con una adecuada planificación y administración de la gestión pública, con carácter intercultural y plurinacional hacia una ciudad de paz con alianzas para el desarrollo en un ambiente sano y equilibrado, para conseguir el SumakKawsay.







## Objetivos específicos

- a) Promover el desarrollo sustentable del territorio cantonal, como el bienestar material y social de la colectividad y contribuir al fomento y protección de los intereses locales.
- b) Planificar y organizar el territorio en función de sus potencialidades, limitantes, características biofísicas, ambientales, socioeconómicas, culturales y político institucionales para de esta forma consolidar una ciudad ordenada y segura para el desarrollo humano y su entorno.
- c) Impulsar un trabajo coordinado con los diferentes actores sociales, para mejorar el proceso de participación ciudadana del cantón.
- d) Establecer una red de cooperación interinstitucional y alianzas estratégicas con los actores sociales, Organizaciones Regionales, Provinciales, Nacionales e

Internacionales con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la comunidad.

## Políticas

El Gobierno Municipal del cantón Sucúa basará su gestión en las siguientes políticas:

- a) Procurar el bien común;
- b) Movilizar esfuerzos que permita al Gobierno Municipal contar con una infraestructura administrativa, material, humana efectiva y plataforma informática;
- c) Coordinar con otras entidades su desarrollo y mejoramiento de la cultura, educación, salud, artes, y asistencia social; y,
- d) Buscar con los actores sociales la participación ciudadana efectiva en el desarrollo de la comunidad.



## Figura 5: Diseño de Trípticos

Domingo Comín y Pastor Bernal

[msucua@sucua.gob.ec](mailto:msucua@sucua.gob.ec)

(593-07)2740211



Gobierno Autónomo Descentralizado



*La obra sigue*

Municipal del cantón Sucúa

#### 4.2.2.3 Estrategia 4

**Nombre de la estrategia:** Banner

**Objetivo:**

Difundir la ideología institucional del GAD Municipal del Cantón Sucúa para elevar el nivel de involucramiento ciudadano.

**Importancia:**

Esta técnica de difusión es el medio visual más efectivo para exponer la misión, visión, logotipo institucional, su correcta ubicación permitirá difundir a la ciudadanía y esencialmente el talento humano estos aspectos importantes de la institución. Otro factor primordial es ubicar los banners en lugares estratégicos durante el desarrollo de los eventos y actos solemnes dirigidos por el alcalde.

**Cuadro 13: Fechas para elaboración de banner**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
18 de enero del 2016	29 de enero del 2016
16 de enero del 2017	31 de enero del 2017
15 de enero del 2018	31 de enero del 2018
14 de enero del 2019	31 de enero del 2019
13 de enero del 2020	31 de enero del 2020

**Responsable:**

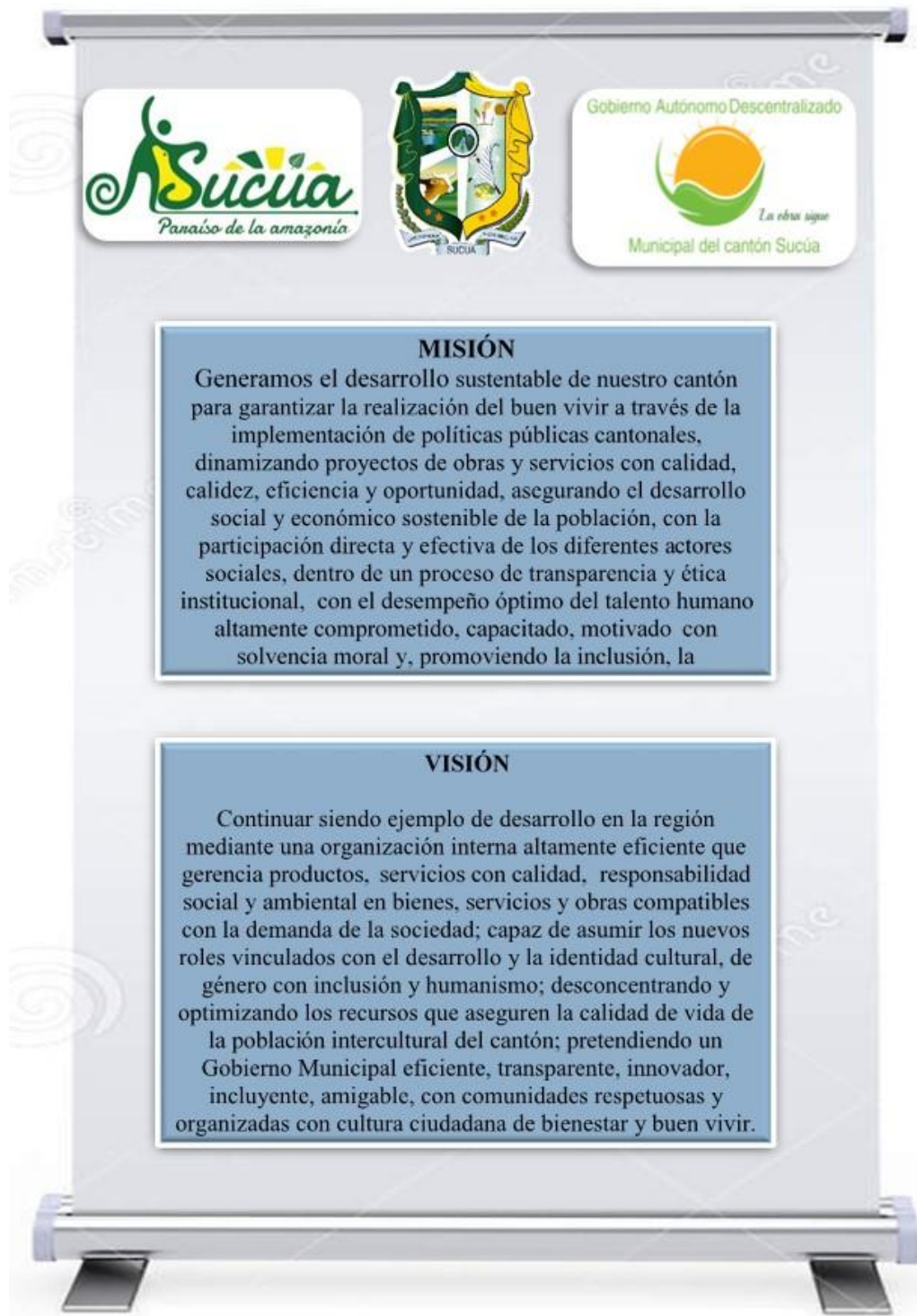
Relacionador Público

**Financiamiento:**

Tiene un costo total de USD \$ 700,00 por la elaboración de 10 banners.

**Contenido:**

Se diseñará 10 banners que se ubicarán en las Direcciones Municipales y en el ingreso del



**Figura 6: Baner Publicitario**

### 4.2.3 Promoción

Es preciso que el GAD Cantonal aplique esta estrategia de comunicación basada principalmente en la utilización de incentivos materiales, en el afán de estimular la participación ciudadana e incentivar a que participen en los procesos, programas, proyectos que emprende la administración municipal. Además se difundirá la imagen corporativa institucional.

#### 4.2.3.1 Estrategia 1

**Artículo promocional:** Agendas

**Objetivo:**

Promocionar mediante la entrega de agendas la nueva imagen corporativa del GAD Cantonal en autoridades, representantes populares e institucionales pertenecientes a esta jurisdicción.

**Importancia:**

Una estrategia importante que la Municipalidad implementará para la promoción de la nueva imagen corporativa, es la entrega de agendas que contendrán el slogan Sucúa Paraíso de la Amazonía y el logotipo institucional, este producto se entregará tanto a líderes barriales y parroquiales como usuarios que acuden con frecuencia al GAD.

**Cuadro 14: Fechas para elaboración de agendas**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
04 de enero del 2016	29 de enero del 2016
02 de enero del 2017	30 de enero del 2017
02 de enero del 2018	31 de enero del 2018
02 de enero del 2019	31 de enero del 2019
02 de enero del 2020	31 de enero del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

Tendrá un costo anual de USD \$ 1.400,00 por 200 agendas con un costo unitario de \$ 7,00 c/u.

**Contenido:**



Figura 7: Diseño de Agendas

#### 4.2.3.2 Estrategia 2

##### **Artículo promocional:** Calendarios

##### **Objetivo:**

Ofertar un calendario con la nueva imagen corporativa del GAD en donde resalten las festividades, eventos sociales, cívicos y culturales del cantón.

##### **Importancia:**

Como estrategia promocional es considerado como un producto de baja inversión, con alto impacto visual, útil para el usuario que lo recibe y lo conserva todo el año. Permitirá señalar fechas importantes tales como aniversario de las parroquias, eventos culturales, cívicos y sociales organizados por la Municipalidad; adicionalmente contendrá fotografías de las actividades más importantes que realiza el alcalde, éstas irán acorde a los días establecidos en el calendario institucional.

**Cuadro 15: Cronograma para elaboración de calendarios**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
01 de diciembre del 2016	30 de diciembre del 2016
01 de diciembre del 2017	29 de diciembre del 2017
03 de diciembre del 2018	31 de diciembre del 2018
02 de diciembre del 2019	31 de diciembre del 2019
01 de diciembre del 2020	31 de diciembre del 2020

##### **Responsable:**

Relacionador Público

## Financiamiento:

Se elaborarán 500 calendarios a un costo individual de \$ 2,00 con un costo anual de USD \$ 1.000,00.

## Contenido:



Figura 8: Diseño de Calendario

### 4.2.3.3 Estrategia 3

#### Artículo promocional: Llaveros

#### Objetivo:

Estimular mediante la entrega de llaveros la nueva imagen corporativa del GAD Cantonal.



**Importancia:**

Son útiles, por cuanto se encuentran en permanente contacto con el usuario, mediante la entrega de los llaveros se promocionará la nueva imagen corporativa, adicionalmente contendrán el slogan Sucúa Paraíso de la Amazonía y el logotipo institucional.

**Cuadro 16: Cronograma para elaboración de llaveros**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
01 de febrero del 2016	29 de febrero del 2016
06 de febrero del 2017	28 de febrero del 2017
05 de febrero del 2018	28 de febrero del 2018
04 de febrero del 2019	28 de febrero del 2019
03 de febrero del 2020	28 de febrero del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

Tendrá un costo anual de USD \$ 1.250,00 con un costo unitario de \$ 2,50; se elaborarán 500 llaveros y se entregarán hasta agotar stock.

**Contenido:**



**Figura 9: Diseño de llaveros**

**4.2.3.4 Estrategia 4**

**Artículo promocional: Camisetas**

**Objetivo:**

Resaltar la imagen corporativa del GAD Cantonal de Sucúa para incrementar el sentido de pertenencia de la población.

**Importancia:**

Las camisetas representan un excelente artículo promocional para dar a conocer la nueva imagen institucional. La mayoría de personas que lucirán esta prenda mostrará el logotipo y el eslogan institucional. Esta estrategia se convierte en anuncios móviles, debido a que a donde vaya el usuario, ya sea al trabajo, al mercado, etc., motivará que otras personas observen la proyección municipal impresa y se informen la gestión de sus autoridades.

### Cuadro 17: Fechas para elaboración de camisetas

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
01 de agosto del 2016	30 de diciembre del 2016
01 de agosto del 2017	29 de diciembre del 2017
01 de agosto del 2018	28 de diciembre del 2018
01 de agosto del 2019	30 de diciembre del 2019
03 de agosto del 2020	30 de diciembre del 2020

#### Responsable:

Relacionador Público

#### Financiamiento:

Tendrá un costo anual de USD \$ 3.500,00 con un costo unitario de \$7.00 c/u. Se elaborarán 500 camisetas.

#### Contenido:



**Figura 10: Diseño de camisetas**

#### 4.2.3.5 Estrategia 5

**Artículo promocional:** Esferográfico

**Objetivo:**

Incentivar la imagen institucional a través de entrega de bolígrafos los cuales siendo utilizados por los ciudadanos permita proyectar un importante reconocimiento social del GAD Cantonal.

**Importancia:**

Una acción primordial que efectuará la municipalidad es la difusión de la nueva imagen corporativa, a través de esferográficos los cuales contendrán el slogan Sucúa Paraíso de la Amazonía y el logotipo institucional.

**Cuadro 18: Fechas para la elaboración de esferográficos**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
03 de octubre del 2016	30 de diciembre del 2016
02 de octubre del 2017	29 de diciembre del 2017
01 de octubre del 2018	31 de diciembre del 2018
01 de octubre del 2019	31 de diciembre del 2019
01 de octubre del 2020	31 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público del GAD Cantonal de Sucúa

**Financiamiento:**

Tendrá un costo anual de USD \$ 1.500,00 a un costo unitario de \$1.50 c/u. Se elaborarán 1.000 bolígrafos.

**Contenido:**



**Figura 11: Diseño de esferográficos**

**4.2.4 Capacitación:**

**4.2.4.1 Estrategia 1**

**Nombre de la estrategia:** Capacitación al talento humano en atención al cliente

**Objetivo:**

Mejorar la atención al cliente para elevar el reconocimiento ciudadano a la gestión que cumple el GAD Cantonal de Sucúa.

**Importancia:**

La capacitación permanente al talento humano es fundamental para mejorar la imagen institucional, e incentivará a los servidores municipales.

**Cuadro 19: Cronograma de capacitación al talento humano en atención al cliente**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
04 de marzo del 2016	04 de marzo del 2016
03 de marzo del 2017	03 de marzo del 2017
02 de marzo del 2018	02 de marzo del 2018
01 de marzo del 2019	01 de marzo del 2019
06 de marzo del 2020	06 de marzo del 2020

**Responsable:**

Jefe de la Unidad Administrativa de Talento Humano

**Financiamiento:**

El costo del evento de capacitación asciende a USD \$ 2.000,00 anual.

**Contenido:**

Se desarrollará la capacitación con las temáticas:

- Técnicas de atención al cliente (Año 2016)
- Calidez y Buen servicio al cliente (Año 2017)
- Estrategias para generar el servicio al cliente (Año 2018)
- Actitud amistosa del cliente (Año 2019)
- Gestión del talento humano (Año 2020)

**4.2.4.2 Estrategia 2**

**Nombre de la estrategia:** Capacitación al talento humano en cultura organizacional.

**Objetivo:**

Fomentar una cultura organizacional fundamentada en la calidad del servicio que se brinda al usuario.

**Importancia:**

Es trascendental organizar capacitaciones dirigidas a las Autoridades y servidores, por cuanto fomenta un adecuado clima organizacional y promueve las relaciones humanas entre las direcciones municipales.

## Cuadro 20: Capacitaciones al talento humano en cultura organizacional

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
01 de julio del 2016	01 de julio del 2016
07 de julio del 2017	07 de julio del 2017
06 de julio del 2018	06 de julio del 2018
05 de julio del 2019	05 de julio del 2019
03 de julio del 2020	03 de julio del 2020

### Responsable:

Jefe de la Unidad Administrativa de Talento Humano

### Financiamiento:

El costo de la capacitación asciende a USD \$ 2.000,00 por año.

### Contenido:

Se desarrollará la capacitación con las temáticas:

- Resolución de conflictos (Año 2016)
- Autonomía (Año 2017)
- Culturas innovadoras (Año 2018)
- Cultura de motivación (Año 2019)
- Empoderamiento (**empowermet**) (Año 2020)

#### 4.2.4.3 Estrategia 3

**Nombre de la estrategia:** Buzón de quejas y sugerencias para los usuarios

**Objetivo:**

Conocer las quejas y sugerencias de los usuarios del GAD con relación a los servicios que brinde el GAD Cantonal de Sucúa.

**Importancia:**

Es indispensable la implementación de un buzón de quejas y sugerencias para los usuarios para conocer sobre los problemas que se encontraron en la atención al usuario con el propósito de brindar una solución inmediata a las exigencias ciudadanas.

**Cuadro 21: Fechas para la implementación de Buzón de quejas**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
11 de enero del 2016	30 de diciembre del 2016
09 de enero del 2017	29 de diciembre del 2017
08 de enero del 2018	31 de diciembre del 2018
07 de enero del 2019	31 de diciembre del 2019
06 de enero del 2020	31 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Jefe de la Unidad Administrativa de Talento Humano.

**Financiamiento:**

El buzón tiene un costo de USD \$ 150,00 y el valor del material que se utilizará anualmente es de USD \$ 100,00. Se elaborarán dos buzones, el primero se ubicará en la



entrada de la Municipalidad y el otro en Secretaría General, con un monto total de USD \$ 400,00 del año 2016 y los años siguientes solo el material.

**Contenido:**

El buzón de quejas de quejas y sugerencias será colocado con un letrero en el que contenga texto y logotipo institucional en los principales accesos a la entidad.



**Figura 12: Buzón de quejas**

#### 4.2.4.4 Estrategia 4

**Nombre de la estrategia:** Periódico mural institucional

**Objetivo:**

Comunicar con eficiencia y oportunidad las actividades internas que se desarrollan en la institución

**Importancia:**

Con el propósito mantener informado al talento humano municipal es importante la colocación de un periódico mural en un lugar estratégico donde sea visualizado permanentemente, este contendrá publicaciones y comunicaciones del GAD.

**Cuadro 22: Calendario para la elaboración del periódico mural institucional**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
04 de enero del 2016	30 de diciembre del 2016
02 de enero del 2017	29 de diciembre del 2017
02 de enero del 2018	31 de diciembre del 2018
02 de enero del 2019	31 de diciembre del 2019
02 de enero del 2020	31 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Comunicador Institucional

**Financiamiento:**

El periódico mural tiene un costo de USD \$ 300,00.

## Contenido:

El periódico mural será elaborado con madera y vidrio, deberá tener composiciones gráficas y un texto que siendo claro y concreto sea al mismo tiempo atractivo para quien se informa a través de él.



Figura 13: Diseño de periódico mural

### 4.2.4.5 Estrategia 5

**Nombre de la estrategia:** Actividades de integración anual

**Objetivo:**

Fomentar las relaciones y la comunicación entre el personal para mejorar el clima laboral.

### **Importancia:**

El Municipio organizará actividades de integración dirigidos al talento humano con el fin de fomentar el compañerismo así como también la identidad institucional.

### **Cuadro 23: Calendario para integración municipal**

- **Día del Servidor Municipal**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
27 de mayo del 2016	→ 27 de mayo del 2016
26 de mayo del 2017	→ 26 de mayo del 2017
25 de mayo del 2018	→ 25 de mayo del 2018
24 de mayo del 2019	→ 24 de mayo del 2019
29 de mayo del 2020	→ 29 de mayo del 2020

- **Celebración por la Navidad**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
23 de diciembre del 2016	→ 23 de diciembre del 2016
22 de diciembre del 2017	→ 22 de diciembre del 2017
21 de diciembre del 2018	→ 21 de diciembre del 2018
23 de diciembre del 2019	→ 23 de diciembre del 2019
23 de diciembre del 2020	→ 23 de diciembre del 2020

- **Festejo por fin de año**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
30 de diciembre del 2016	→ 30 de diciembre del 2016
29 de diciembre del 2017	→ 29 de diciembre del 2017
28 de diciembre del 2018	→ 28 de diciembre del 2018
30 de diciembre del 2019	→ 30 de diciembre del 2019
30 de diciembre del 2020	→ 30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Director Administrativo

**Financiamiento:**

Tendrá un costo anual de USD \$ 2.000.00 (presupuesto propio USD \$ 1.000 y como contraparte de los beneficiarios USD \$ 1.000,00)

**Contenido:**

Las actividades de integración anual serán reuniones por:

- Día del Servidor Municipal
- Celebración por la Navidad
- Festejo por fin de año

**4.2.4.6 Estrategia 6**

**Nombre de la estrategia:** Festival deportivo anual entre el personal de cada departamento

**Objetivo:**

Organizar las olimpiadas deportivas municipales para mejorar las relaciones internas y de comunicación.

**Importancia:**

El festival deportivo pretende la realización anual de un evento con actividades deportivas de recreación.

**Cuadro 24: Fechas para la realización del festival deportivo municipal**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
06 de junio del 2016	30 de junio del 2016
05 de junio del 2017	30 de junio del 2017
04 de junio del 2018	29 de junio del 2018
03 de junio del 2019	28 de junio del 2019
01 de junio del 2020	30 de junio del 2020

**Responsable:**

Promotor Deportivo del GAD Cantonal de Sucúa

**Financiamiento:**

El evento deportivo asciende a un valor anual de USD \$ 3.000,00.

**Contenido:**

Evento deportivo con la participación de equipos (femenino y masculino) del GAD Municipal de Sucúa.

**4.2.5 Relaciones públicas:**

**4.2.5.1 Estrategia 1**

**Nombre de la estrategia:** Diseño de la imagen corporativa del GAD del cantón Sucúa

**Objetivo:**

Diseñar la nueva marca del GAD del Cantón Sucúa que identifique frente a otras instituciones y que se adaptará de manera paulatina en la página web de la institución, y herramientas comunicacionales.

**Importancia:**

El GAD Municipal de Sucúa deberá diseñar y presentar una imagen corporativa innovadora basada en los fines de la organización, e inspirada en la situación geográfica del cantón.

**Cuadro 25: Calendario para el diseño de la imagen corporativa**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
04 de enero del 2016	29 de enero del 2016
02 de enero del 2017	30 de enero del 2017
02 de enero del 2018	31 de enero del 2018
02 de enero del 2019	31 de enero del 2019
02 de enero del 2020	31 de enero del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público del GAD Municipal

**Financiamiento:**

Tendrá un costo anual de USD \$ 500,00.

**Contenido:**

En la nueva imagen corporativa del GAD se combinará un logo elaborado y el escudo del cantón.

## Logo



**Figura 14: Diseño de imagen corporativa**

El logo incluye el slogan de la institución publicado en la página web.

### **Significación:**

En base a los colores del logo

**El color Gold:** Se asocia la riqueza y prosperidad que busca en el GAD mediante las actividades y obras que se ejecutarán.

**El color verde:** Se relaciona con la naturaleza del cantón, su belleza, sus paisajes que envuelven la armonía y equilibrio del ambiente, además significa esperanza y fe para el pueblo.

**Color 1:** Para el diseño del logo se utilizó el color hex #fbaf17 obtenido porque el logo fue diseñado en un programa web. Se caracteriza por ser dorado semejante al amarillo.





**Color 2:** Se utilizó el color hex #fbaf17 porque fue diseñado en un programa online. Se caracteriza por ser verde y combinar con el otro color del logo.



**Figura:**



Se basa en el sol que representa el camino positivo que debe llevar el GAD y una hoja que representa la naturaleza. Toda vez que Sucúa es un cantón de la región Amazónica donde predomina la vegetación y el clima tropical.

#### **4.2.5.2 Estrategia 2**

**Nombre de la estrategia:** Programa radial informativo quincenal

**Objetivo:**

Difundir información del GAD mediante un programa radial quincenal.

**Importancia:**

Con la finalidad de mantener informada a la población del cantón Sucúa sobre la gestión que realiza el alcalde, y acrecentar el reconocimiento social, es necesario crear

un programa radial quincenal en la emisora de mayor sintonía, lo cual fortalecerá la imagen institucional.

**Desarrollo del programa radial:**

Es un programa interactivo ciudadano, en el que el alcalde expondrá un breve resumen de las actividades más relevantes de 15 días laborables, acto seguido se mantendrá un diálogo de un tema central en el que participarán invitados, pueden ser servidores municipales, concejales, representantes de entidades públicas, etc. Posteriormente se dará paso a las preguntas de la población mediante las redes sociales, vía telefónica, etc., tendrá una duración de una hora, el programa se desarrollará bajo la responsabilidad del Relacionador Público. El nombre que se sugiere para el programa radial será: El alcalde junto a su pueblo.

**Cuadro 26: Calendario para el programa radial informativo**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
01 de febrero del 2016	19 de diciembre del 2016
01 de febrero del 2017	19 de diciembre del 2017
01 de febrero del 2018	19 de diciembre del 2018
01 de febrero del 2019	19 de diciembre del 2019
03 de febrero del 2020	18 de diciembre del 2020

Los programas radiales se transmitirán en el horario de 07h00 a 08h00.

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

El valor unitario del programa radial es de USD \$ 400,00 con un monto total de USD \$ 9.600,00 anual.

**Contenido:**

El programa radial comenzará con la información al entrevistado de las características y condiciones del puesto de trabajo. Tendrá la duración de una hora, se realizará mediante una entrevista del Relacionador Público con el Alcalde.

**Formato para el programa radial:**

**Relacionador Público:** Muy buenos días, hoy es lunes 01 de febrero del 2016, este es el primer programa radial informativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa.

Iniciamos con el saludo del Señor Alcalde Doctor Saúl Cárdenas Riera.

**Alcalde:** Saluda a la ciudadanía que se encuentra sintonizando la radio.

**Relacionador Público:** Señor Alcalde, la obra y la gestión sigue, al iniciar el año es importante informar a la ciudadanía sobre los proyectos y obras que se realizarán en el 2016, cuéntenos sobre cómo está distribuido el presupuesto anual.

**Alcalde:** El señor Alcalde deberá contar con toda la información sobre el tema, dependiendo de lo que se tratará en el programa radial es imprescindible contar con la presencia de los Técnicos de la institución, quien apoyará a la máxima autoridad. En este ejemplo práctico asistirán la Directora Financiera y la Analista de Presupuesto.

Una vez finalizado la participación del Alcalde, se solicita a los radioescuchas realicen sus intervenciones con preguntas o sugerencias sobre lo expuesto en el programa radial. Fase en la que el entrevistador consultará al invitado si tiene alguna pregunta o aclaración que hacer. Es recomendable preguntar sobre todos aquellos aspectos relacionados con el puesto de trabajo que no se comentó y sobre lo que tenga inquietudes.

### 4.2.5.3 Estrategia 3

**Nombre de la estrategia:** Conferencias de prensa

**Objetivo:**

Informar a la ciudadanía sobre todas las acciones desarrolladas por el gobierno local a través de la realización de conferencias de prensa, las mismas que se realizarán mensualmente.

**Importancia:**

Es preciso organizar trimestralmente conferencias de prensa para la comunicación de obras, proyectos y actividades logradas por el GAD y los que se emprenderán.

**Cuadro 27: Calendario para conferencias de prensa**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
04 de enero del 2016	30 de diciembre del 2016
02 de enero del 2017	29 de diciembre del 2017
02 de enero del 2018	28 de diciembre del 2018
02 de enero del 2019	30 de diciembre del 2019
02 de enero del 2020	30 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

El costo anual de la conferencia de prensa es de USD \$ 500,00

**Contenido:**

El Relacionador Público dirigirá la conferencia, se invitará a todos los medios de comunicación de la provincia, se contará con la presencia del señor Alcalde, los señores Concejales participarán de forma alternada. Acto seguido de la exposición de la primera Autoridad los periodistas tendrán la oportunidad de realizar preguntas.

**4.2.5.4 Estrategia 4**

**Nombre de la estrategia:** Rendición de cuentas

**Objetivo:**

Difundir información sobre los logros anuales del GAD Municipal.

**Importancia:**

Es imprescindible informar a la ciudadanía sobre los proyectos, obras, programas, logros, etc., que realiza la Municipalidad durante el año. Esta estrategia permitirá aumentar la credibilidad del gobierno local y demostrar que cumple con la planificación anual según el presupuesto participativo realizado conjuntamente con las comunidades, barrios, etc.

**Cuadro 28: Calendario para rendición de cuentas**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
30 de diciembre del 2016	30 de diciembre del 2016
29 de diciembre del 2017	29 de diciembre del 2017
28 de diciembre del 2018	28 de diciembre del 2018
30 de diciembre del 2019	30 de diciembre del 2019
30 de diciembre del 2020	30 de diciembre del 2020

El evento de rendición de cuentas se realizará en el salón de actos de la Municipalidad.

**Responsable:**

Técnico de Participación Ciudadana

**Financiamiento:**

El costo de la rendición de cuentas es de USD \$ 1.500.00 anual.

**4.2.5.5 Estrategia 5**

**Nombre de la estrategia:** Boletines informativos a nivel institucional

**Objetivo:** Difundir información impresa oficial del GAD

**Importancia:**

La Municipalidad deberá realizar la publicación de boletines de información mensual sobre las actividades que se realizarán de manera consensuada con el personal de la institución y se compartirá con el público externo, es decir, los usuarios de la organización.

**Cuadro 29: Calendario para la emisión de boletines informativos**

Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
04 de enero del 2016	30 de diciembre del 2016
02 de enero del 2017	29 de diciembre del 2017
02 de enero del 2018	31 de diciembre del 2018
02 de enero del 2019	31 de diciembre del 2019
02 de enero del 2020	31 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

## Financiamiento:

Los boletines informativos tendrán un costo anual de USD \$ 1.800,00 por la elaboración de 12.000 boletines a full color.

**Figura 15: Contenido de boletines informativos**





**Boletín N°1** **Noviembre de 2016**

### IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO S.O.S. MUJERES

Este 15 de Julio del 2015 se realizó la reunión de mujeres del Cantón Sucúa, con participación de liderezas de la provincia y Región amazónica, quienes participaron de una charla para el proceso de "Implementación del Proyecto S.O.S. Mujeres",

En la mencionada charla se abordó varios temas de interés destacando: el desarrollo equilibrado y equitativo, con potestad para impulsar procesos y formas de desarrollo acordes a la historia, cultura y características propias de la circunscripción territorial, como garantía del buen vivir además se brindó asistencia técnica y fortalecimiento institucional que beneficiará a la ciudadanía en general.

Uno de los principales objetivos es: empoderar a mujeres para que formen grupos organizados que les permita constituir emprendimientos de desarrollo productivo y económico en su comunidad, preservar la vida de las mujeres que se encuentran sufriendo algún tipo de violencia, promover una vida libre de cualquier tipo de violencia, ofrecer atención interdisciplinaria (legal, psicológica, asistencia social), promoción y atención a los derechos de la mujer, ofrecer a las usuarias las herramientas necesarias, así como también los conocimientos básicos para la toma de decisiones en casos de violencia

Además , el apoyo a mujeres con emprendimientos comerciales y ayuda psicológica, jurídica de forma gratuita.

**Se busca fortalecer la equidad de género, la lucha contra la**



**CASCADAS KINTIA PANKI**



#### En este número

- Turismo en Sucúa
- Implementación de camineras y ciclo vías
- Remodelación de la sede para personas con discapacidad
- Adecuaciones en la Escuela Alfredo Germany

#### 4.2.5.6 Estrategia 6

**Nombre de la estrategia:** Patrocinio de eventos

**Objetivo:**

Proyectar la imagen corporativa mediante el patrocinio especial en ferias y eventos de exposición en las comunidades y parroquias.

**Importancia:**

Un aspecto importante es fortalecer las acciones de relaciones públicas de la entidad con el cliente externo y el posicionamiento de la imagen corporativa del GAD del cantón Sucúa.

#### **Cuadro 30: Calendario para patrocinio de eventos**

- **Aniversario de parroquialización de Asunción**

12 de marzo del 2016	—————▶	12 de marzo del 2016
12 de marzo del 2017	—————▶	12 de marzo del 2017
12 de marzo del 2018	—————▶	12 de marzo del 2018
12 de marzo del 2019	—————▶	12 de marzo del 2019
12 de marzo del 2020	—————▶	12 de marzo del 2020

- **Aniversario de parroquialización de Santa Marianita**

<b>Fecha de Inicio</b>		<b>Fecha de Terminación</b>
13 de agosto del 2016	—————▶	13 de agosto del 2016
13 de agosto del 2017	—————▶	13 de agosto del 2017
13 de agosto del 2018	—————▶	13 de agosto del 2018
13 de agosto del 2019	—————▶	13 de agosto del 2019
13 de agosto del 2020	—————▶	13 de agosto del 2020



- **Aniversario de parroquialización de Huambi**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
31 de octubre del 2016	31 de octubre del 2016
31 de octubre del 2017	31 de octubre del 2017
31 de octubre del 2018	31 de octubre del 2018
31 de octubre del 2019	31 de octubre del 2019
31 de octubre del 2020	31 de octubre del 2020

**Responsable:**

Relacionador Público

**Financiamiento:**

El presupuesto anual es de USD \$ 15.000,00 en base al presupuesto participativo destinado a eventos sociales en las parroquias.

**Contenido:**

Se apoyará con el patrocinio activo de eventos dentro del cantón apoyando sobre todo a barrios y parroquias en las festividades anuales.

**4.2.5.7 Estrategia 7**

**Nombre de la estrategia:** Stands informativos anuales

**Objetivo:**

Exponer a la ciudadanía información oficial del GAD Cantonal de Sucúa con el apoyo de material informativo como trípticos, folletos, hojas volantes, entre otros.

**Importancia:**

Un aspecto importante es fortalecer las acciones de relaciones públicas de la entidad para mejorar las relaciones con el cliente externo y el posicionamiento de la imagen corporativa del GAD del cantón Sucúa. Se exhibirá en la feria agrícola, ganadera, artesanal y turística y en el parque Central Ecuador Amazónico durante las festividades de aniversario de cantonización.

**Cuadro 31: Calendario para la colocación de Stands informativos**

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
01 de diciembre del 2016	08 de diciembre del 2016
01 de diciembre del 2017	08 de diciembre del 2017
03 de diciembre del 2018	08 de diciembre del 2018
02 de diciembre del 2019	08 de diciembre del 2019
01 de diciembre del 2020	08 de diciembre del 2020

**Responsable:**

Director Administrativo

**Financiamiento:**

El valor del stand informativo es de USD \$ 1.000,00 anual.

**Contenido:**

Es trascendental para el Municipio interactuar con las comunidades, barrios, y parroquias en sus festividades, el Director Administrativo coordinará con los directores municipales para la exposición de los stands con información más relevante que se desarrolló durante el año. Se exhibirá en el parque central Ecuador Amazónico durante las festividades de cantonización y en un evento trascendental como lo es la feria agrícola, ganadera, artesanal y turística.

### 4.3 PLAN OPERATIVO ANUAL

**Cuadro 32: Plan Operativos Anual**

ESTRATEGIA	OBJETIVO	RESPONSABLE	FECHA INICIO	FECHA DE CULMINACIÓN	PRESUPUESTO		MEDIOS DE VERIFICACIÓN
					PROPIO	AJENO	
<b>PUBLICIDAD</b>							
Publicación informativa en el diario Randimpa	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	01-Feb-16	30-Dic-16	2.520,00		Efecto mensaje, sondeo de opinión
			06-Feb-17	29-Dic-17	2.520,00		
			05-Feb-18	28-Dic-18	2.520,00		
			04-Feb-19	30-Dic-19	2.520,00		
			03-Feb-20	30-Dic-20	2.520,00		
Publicación informativa en la revista Exprésate Morona Santiago	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	04-Ene-16	30-Dic-16	1.200,00		Efecto mensaje, sondeo de opinión
			02-Ene-17	29-Dic-17	1.200,00		
			02-Ene-18	28-Dic-18	1.200,00		
			02-Ene-19	30-Dic-19	1.200,00		
			02-Ene-20	30-Dic-20	1.200,00		
Publicidad en TV	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	04-Ene-16	30-Dic-16	6.000,00		Efecto mensaje, sondeo de opinión
			02-Ene-17	29-Dic-17	6.000,00		
			02-Ene-18	28-Dic-18	6.000,00		
			02-Ene-19	30-Dic-19	6.000,00		
			02-Ene-20	30-Dic-20	6.000,00		
Difusión en redes sociales	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la	Comunicador Institucional	04-Ene-20	30-Dic-16	8.452,00		Número de visitantes
			02-Ene-17	29-Dic-17	8.452,00		

	imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa		02-Ene-18 02-Ene-19 02-Ene-20	31-Dic-18 31-Dic-19 31-Dic-20	8.452,00 8.452,00 8.452,00		
Correo mailing	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Técnico en Tecnologías de la Información y Comunicación	01-Feb-16 06-Feb-17 03-Feb-18 04-Feb-19 03-Feb-20	30-Dic-16 29-Dic-16 28-Dic-18 30-Dic-19 30-Dic-20	400,00 400,00 400,00 400,00 400,00		Registro de envíos de los correos mailing
<b>PUBLICIDAD ALTERNATIVA</b>							
Afiches informativos mensuales	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Comunicador Institucional	01-Feb-16 06-Feb-17 05-Feb-18 04-Feb-19 03-Feb-20	30-Dic-16 29-Dic-16 28-Dic-18 30-Dic-19 30-Dic-20	2.280,00 2.280,00 2.280,00 2.280,00 2.280,00		Efecto mensaje, sondeo de opinión
Hojas volantes	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	09-Feb-16 06-Feb-17 05-Feb-18 04-Feb-19 03-Feb-20	30-Dic-16 29-Dic-16 28-Dic-18 30-Dic-19 30-Dic-20	480,00 480,00 480,00 480,00 480,00		Sondeo de opinión
Tríptico informativo del	Diseñar un plan comunicacional que permita el	Relacionador Público	11-Ene-16 09-Ene-17	29-Ene-16 31-Ene-17	80,00 80,00		Sondeo de opinión

GAD	mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa		08-Ene-18 07-Ene-19 06-Ene-20	31-Ene-18 31-Ene-19 31-Ene-20	80,00 80,00 80,00		
Banner	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	18-Ene-16 16-Ene-17 15-Ene-18 14-Ene-19 13-Ene-20	29-Ene-16 31-Ene-17 31-Ene-18 31-Ene-19 31-Ene-20	700,00		Sondeo de opinión
<b>PROMOCIÓN</b>							
<b>Campañas promocionales:</b>							
Agendas	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	04-Ene-16 02-Ene-17 02-Ene-18 02-Ene-19 02-Ene-20	29-Ene-16 30-Ene-17 31-Ene-18 31-Ene-19 31-Ene-20	1.400,00 1.400,00 1.400,00 1.400,00 1.400,00		Nómina de constancia de recibido
Calendarios	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	01-Dic-16 01-Dic-17 03-Dic-18 02-Dic-19 01-Dic-20	30-Dic-16 29-Dic-17 31-Dic-18 31-Dic-19 31-Dic-20	1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00		Nómina de constancia de recibido
Llaveros	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la	Relacionador Público	01-Feb-16 06-Feb-17	29-Feb-16 28-Feb-17	1.250,00 1.250,00		Nómina de constancia de

	imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa		05-Feb-18 04-Feb-19 03-Feb-20	28-Feb-18 28-Feb-19 28-Feb-20	1.250,00 1.250,00 1.250,00		recibido
Camisetas	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	01-Ago-16 01-Ago-17 01-Ago-18 01-Ago-19 03-Ago-20	30-Dic-16 29-Dic-17 28-Dic-18 30-Dic-19 30-Dic-20	3.500,00 3.500,00 3.500,00 3.500,00 3.500,00		Nómina de constancia de recibido
Esferos gráficos	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	03-Oct-16 02-Oct-17 01-Oct-18 01-Oct-19 01-Oct-20	30-Dic-16 29-Dic-17 31-Dic-18 31-Dic-19 31-Dic-20	1.500,00 1.500,00 1.500,00 1.500,00 1.500,00		Nómina de constancia de recibido
<b>CAPACITACIÓN</b>							
Capacitación al talento humano en atención al cliente	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Jefe de la Unidad Administrativa de Talento Humano	04-Mar-16 03-Mar-17 02-Mar-18 01-Mar-19 06-Mar-20	04-Mar-16 03-Mar-17 02-Mar-18 01-Mar-19 06-Mar-20	2.000,00 2.000,00 2.000,00 2.000,00 2.000,00		Registro de participantes, memoria del taller, evaluaciones
Capacitación al talento humano sobre cultura organizacional	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Jefe de la Unidad Administrativa de Talento Humano	01-Jul-16 07-Jul-17 06-Jul-18 05-Jul-19	01-Jul-16 07-Jul-17 06-Jul-18 05-Jul-19	2.000,00 2.000,00 2.000,00 2.000,00		Registro de participantes, memoria del taller

			03-Jul-20	03-Jul-20	2.000,00		
Buzón de quejas y sugerencias para los usuarios	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Jefe de la Unidad Administrativa de Talento Humano	11-Ene-16 09-Ene-17 08-Ene-18 07-Ene-19 06-Ene-20	30-Dic-16 29-Dic-17 31-Dic-18 31-Dic-19 31-Dic-20	400,00 100,00 100,00 100,00 100,00		Número de quejas y sugerencias
Periódico mural institucional	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Comunicador Institucional	04-Ene-20 02-Ene-17 02-Ene-18 02-Ene-19 02-Ene-20	30-Dic-16 29-Dic-17 31-Dic-18 31-Dic-19 31-Dic-20	300,00 100,00 100,00 100,00 100,00		Sondeo de opinión
<b>Actividades de integración anual:</b>							
Día del Servidor Municipal	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Director Administrativo	27-May-16 26-May-17 25-May-18 24-May-19 29-May-20	27-May-16 26-May-17 25-May-18 25-May-19 29-May-20	1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00		Registro de participantes
Celebración por la Navidad	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Director Administrativo	23-Dic-16 22-Dic-17 21-Dic-18 23-Dic-19 23-Dic-20	23-Dic-16 22-Dic-17 21-Dic-18 23-Dic-19 23-Dic-20	1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00		Registro de participantes

Festejo por fin de año	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Director Administrativo	30-Dic-16	30-Dic-16	1.000,00		Registro de participantes
			29-Dic-17	29-Dic-17	1.000,00		
			28-Dic-18	28-Dic-18	1.000,00		
			30-Dic-19	30-Dic-19	1.000,00		
			30-Dic-20	30-Dic-20	1.000,00		
Festival deportivo anual entre el personal de cada departamento	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Promotor Deportivo Municipal	06-Jun-16	30-Jun-16	3.000,00		Registro de participantes
			05-Jun-17	30-Jun-17	3.000,00		
			04-Jun-18	29-Jun-18	3.000,00		
			03-jun-19	28-Jun-19	3.000,00		
			01-Jun-20	30-jun-20	3.000,00		
<b>RELACIONES PÚBLICAS</b>							
Diseño de la imagen corporativa del GAD del Cantón Sucúa	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	04-Ene-20	29-Ene-16	500,00		Sondeo de opinión
			02-Ene-17	30-Ene-17	500,00		
			02-Ene-18	31-Ene-18	500,00		
			02-Ene-19	31-Ene-19	500,00		
			02-Ene-20	31-Ene-20	500,00		
Programa radial informativo quincenal	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	01-Feb-16	19-Dic-16	9.600,00		Sondeo de opinión
			01-Feb-17	19-Dic-17	9.600,00		
			01-Feb-18	19-Dic-18	9.600,00		
			01-Feb-19	19-Dic-19	9.600,00		
			03-Feb-20	18-Dic-20	9.600,00		
Conferencias de prensa	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la	Relacionador Público	04-Ene-16	30-Dic-16	500,00		Asistencia de periodistas y
			02-Ene-17	29-Dic-17	500,00		



	imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa		02-Ene-18 02-Ene-19 02-Ene-20	28-Dic-18 30-Dic-19 30-Dic-20	500,00 500,00 500,00		comunidad
Rendición de cuentas	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Técnico de Participación Ciudadana	30-Dic-16 29-Dic-17 28-Dic-18 30-Dic-19 30-Dic-20	30-Dic-16 29-Dic-17 28-Dic-18 30-Dic-19 30-Dic-20	1.500,00 1.500,00 1.500,00 1.500,00 1.500,00		Sondeo de opinión
Boletines informativos a nivel institucional	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	04-Ene-20 02-Ene-17 02-Ene-18 02-Ene-19 02-Ene-20	30-Dic-16 29-Dic-17 31-Dic-18 31-Dic-19 31-Dic-20	1.800,00 1.800,00 1.800,00 1.800,00 1.800,00		Sondeo de opinión
<b>Patrocinio de evento:</b>							
Aniversario parroquialización de Asunción	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	12-Mar-16 12-Mar-17 12-Mar-18 12-Mar-19 12-Mar-20	12-Mar-16 12-Mar-17 12-Mar-18 12-Mar-19 12-Mar-20	3.000,00 3.000,00 3.000,00 3.000,00 3.000,00		Nómina de participantes
Aniversario parroquialización de Santa Marianita de Jesús	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	13-Ago-16 13-Ago-17 13-Ago-18 13-Ago-19	13-Ago-16 13-Ago-17 13-Ago-18 13-Ago-19	4.000,00 4.000,00 4.000,00 4.000,00		Nómina de participantes

			13-Ago-20	13-Ago-20	4.000,00		
Aniversario parroquialización de Huambi	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Relacionador Público	31-Oct-16 31-Oct-17 31-Oct-18 31-Oct-19 31-Oct-20	31-Oct-16 31-Oct-17 31-Oct-18 31-Oct-19 31-Oct-20	8.000,00 8.000,00 8.000,00 8.000,00 8.000,00		Nómina de participantes
Stands informativos anuales	Diseñar un plan comunicacional que permita el mejoramiento de la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Sucúa	Director Administrativo	01-Dic-16 01-Dic-17 03-Dic-18 02-Dic-19 01-Dic-20	08-Dic-16 08-Dic-17 08-Dic-18 08-Dic-19 08-Dic-20	1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00 1.000,00		Número de visitantes
<b>TOTAL</b>					<b>352.010,00</b>		

#### 4.4 CRONOGRAMA

**Cuadro 33: Cronograma para la aplicación del Plan Comunicacional**

ESTRATEGIAS	2016 al 2020																					
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE										
<b>PUBLICIDAD</b>																						
Publicación informativa en el diario Randimpa																						
Publicación informativa en la revista Exprésate Morona Santiago																						
Publicidad en TV																						
Difusión en redes sociales																						
Correo mailing																						
<b>PUBLICIDAD ALTERNATIVA</b>																						
Afiches informativos mensuales																						
Hojas volantes																						
Triptico informativo del GAD																						
Banner																						
<b>PROMOCIÓN</b>																						



RELACIONES PÚBLICAS																												
Diseño de la imagen corporativa del GAD del cantón Sucúa																												
Programa radial informativo quincenal																												
Conferencias de prensa																												
Rendición de cuentas																												
Boletines informativos																												
Patrocinio de eventos																												
Aniversario de parroquialización de Asunción																												
Aniversario de parroquialización de Santa Marianita de Jesús																												
Aniversario de parroquialización de Huambi																												
Stands informativos anuales																												

## CONCLUSIONES

- La ausencia de estrategias comunicacionales ha restringido el reconocimiento social de los habitantes del cantón Sucúa a la gestión que desarrollan las autoridades del GAD Municipal de Sucúa. La difusión de las obras ejecutadas y de los servicios que oferta es deficiente lo cual impide valorar adecuadamente al público externo objetivo la influencia del cabildo local en el mejoramiento de la calidad de vida de los moradores del sector.
- Las iniciativas comunicacionales dirigidas al público interno objetivo son limitadas. La información oficial ha cumplido estrictamente con la misión de advertir, sancionar o informar desplazando significativamente iniciativas relacionado con la motivación, el incentivo y por consecuencia el incremento del nivel de pertenencia institucional fundamental en el mejoramiento continuo de la imagen institucional.
- La desinformación de los usuarios de los servicios que oferta el GAD Cantonal, motiva que el tiempo de espera sea mayor, que los trámites engorrosos se incrementen, que la calidad de atención y el nivel de responsabilidad de los funcionarios sea incierta. La inexistencia de una política definida de procesos y procedimientos impide la evaluación del desempeño laboral individual y grupal afectando con ello el reconocimiento social.
- La información procesada en la presente investigación permitió distinguir la escasa utilización de medios de comunicación masivos y alternativos. La cobertura informativa responde a la coyuntura informativa sin que el GAD Municipal disponga de una propuesta publicitaria o promocional que apunte la posibilidad de convertirle a esta jurisdicción en un destino turístico del país al tiempo de incrementar el involucramiento de sus habitantes.

- En la actualidad no existe en el GAD un instrumento de verificación de los objetivos propuestos en las iniciativas comunicacionales o propuestas vigentes. La limitada identificación ciudadana con la administración municipal representa una debilidad. Los planes y proyectos que impulsan las diferentes unidades se ejecutan de forma aislada, mientras la ciudadanía apenas se provee de información cuando requiere atender algún trámite en las oficinas municipales afectando con ello la confianza y credibilidad de quienes la representan.

## RECOMENDACIONES

- Se sugiere el establecimiento de estrategias comunicacionales con el propósito de incrementar el reconocimiento social a la gestión que realizan las autoridades del GAD Municipal. La difusión eficiente de las obras ejecutadas y de los servicios que oferta permitirá valorar al público externo objetivo la trascendencia que tiene este organismo seccional en el mejoramiento de la calidad de vida de los moradores pertenecientes a la zona.
- Es importante fijar iniciativas comunicacionales dirigidas al público interno objetivo. Las estrategias que se implementen deben asegurar la motivación y por ende el sentido de pertenencia del talento humano de la entidad lo cual permitirá al mismo tiempo precautelar el mejoramiento permanente de la imagen institucional.
- Una de las más importantes aspiraciones es motivar una adecuada e inmediata retroalimentación que puede brindar la ciudadanía a la calidad de los servicios que recibe del GAD. El establecimiento de un buzón de quejas, sugerencias u opiniones que permita aportar en la evaluación del desempeño laboral para garantizar la calidez y eficiencia que exigen los usuarios al efectuar sus pagos, al atender trámites o al intentar cubrir sus requerimientos en las dependencias municipales.
- Se recomienda transmitir con oportunidad y eficiencia información a los usuarios del GAD Cantonal, mediante la utilización planificada de medios de comunicación masivos (radio, prensa escrita, Tv.) y alternativos (hojas volantes, trípticos, banners); en tal virtud se sugiere optimizar los recursos invertidos evaluando periódicamente el efecto que generan los mismos en el posicionamiento institucional y en la credibilidad que generan sus autoridades.



- La presente investigación plantea medios de verificación a las estrategias comunicacionales sugeridas; se recomienda la realización de sondeos de opinión, la medición del efecto del mensaje emitido por las autoridades municipales, evaluación, registro de asistencia, etc. La propuesta es convertir en una fortaleza la identificación ciudadana con la administración municipal lo cual permitirá incrementar el nivel de involucramiento de los distintos sectores sociales con el desarrollo del cantón Sucúa en el corto, mediano y largo plazo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa (4ª ed). Málaga: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Cervera, Á. L. (2015). Comunicación total (5ª ed). Madrid: Esic
- Díez, S. (2010). Técnicas de Comunicación (1ª ed). Madrid: Ideaspropias
- García, M. J. (2011). Técnicas de información y atención al cliente/consumidor. COMV0108 - Actividades de venta (1ª ed). Malagá: Innovación y Cualificación
- Gutiérrez, L. (2004). Historia de las Tierras del SUKU. Sucúa: Casa de la Cultura Núcleo Morona Santiago.
- Hermida, A., & Iglesias, I. (2015). Plan e informes de marketing internacional: Herramientas y documentación en el desarrollo de estrategias y análisis comerciales (1ª ed). Madrid: Ideaspropias
- Muñoz, M. S. (2010). Protocolo y Relaciones Públicas (1ª ed). Madrid: Paraninfo.
- Pintado, T., & Sánchez, J. (2013). Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial (2ª ed). Madrid: Esic
- Rodríguez, I. (2011). Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing. Barcelona: UOC

## **LICOGRAFIA**

- Sucúa, G.M. (2014) tema obtenido de [www.sucua.gob.ec/index.php/quienes-somos](http://www.sucua.gob.ec/index.php/quienes-somos)

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón Sucúa



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### ENCUESTA DIRIGIDA A LA CIUDADANÍA DEL CANTÓN SUCÚA

**Objetivo:** Determinar el nivel de reconocimiento social del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa.

#### CUESTIONARIO

1. ¿Cómo califica la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?

a)Muy eficiente		b)Eficiente		c) Poco eficaz		d)Ineficaz	
-----------------	--	-------------	--	----------------	--	------------	--

2. ¿Cómo considera la imagen de la institución?

a) Excelente		a)Muy buena		b) Buena		c) Mala		d) Muy mala	
--------------	--	-------------	--	----------	--	---------	--	-------------	--

3. ¿Cómo evalúa el nivel de confianza de la población sobre los programas y proyectos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?

a)Muy alto		b)Alto		c) Medio alto		d)Bajo		e)Muy bajo	
------------	--	--------	--	---------------	--	--------	--	------------	--

4. ¿Conoce usted con qué frecuencia el GAD Municipal realiza reuniones con la comunidad para informar los programas, planes, proyectos y actividades que emprendieran o emprenderán?

a)Semanal		c)Trimestral		e)Anual	
b)Mensual		d)Semestral		f) No realizan	

5. ¿Considera que la atención brindada a las necesidades de las comunidades urbanas y rurales es?

a)Muy eficiente		b)Eficiente		c)Poco eficaz		d)Ineficaz	
-----------------	--	-------------	--	---------------	--	------------	--

6. ¿La atención recibida por el talento humano municipal es?

a)Muy eficiente		b)Eficiente		c)Deficiente		d) Muy deficiente	
-----------------	--	-------------	--	--------------	--	-------------------	--

**7. ¿A través de qué medios de comunicación se informa usted sobre la gestión municipal?**

a)Radio		f)Periódico	
b)Revistas		g)Página web	
c)Redes sociales		h)Reuniones en los barrios y comunidades	
d)Trípticos/folletos informativos		i) Otros, especifique:	
e)Televisión			

**8. ¿Qué cualidades recomendaría para brindar confianza y seguridad al usuario del GAD de Sucúa?**

a)Calidad del servicio		d)Honestidad de los servidores	
b)Ética y transparencia en el manejo de los recursos		e)Otros, especifique:	
c)Responsabilidad social			

**9. A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer las actividades que realiza el GAD Municipal de Sucúa?**

a)Radio		f)Periódicos	
b)Revistas		g)Página web	
c)Redes sociales		h) Reuniones en los barrios y comunidades	
d)Trípticos/folletos informativos		i)Otros, especifique:	
e)Televisión			

**10. ¿Cómo debe motivarse la participación ciudadana desde el GAD de Sucúa?**

a) Reuniones con líderes comunitarios y barriales, representantes de organizaciones sociales, gremios, asociaciones, etc.		d) Otros, especifique:
b) Capacitación de mecanismos del proceso de la silla vacía		
c)Asambleas ciudadanas		

**Fecha:** octubre del 2015

**Investigadora:** Janet Coello Córdova

Gracias por su colaboración

## Anexo 2: Encuesta dirigida al talento humano del GAD municipal de Sucúa



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ENCUESTA DIRIGIDA AL TALENTO HUMANO DEL GAD MUNICIPAL DE**  
**SUCÚA**

**Objetivo:** Determinar el nivel de reconocimiento social del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa.

### CUESTIONARIO

1. ¿Qué opinión tiene de la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?

a)Muy buena		b) Buena		c) Mala		d) Muy Mala	
-------------	--	----------	--	---------	--	-------------	--

2. ¿La institución comunica las decisiones oportunamente adoptadas por sus autoridades?

a)Siempre		b)Casi siempre		c)Ocasionalmente		d)Nunca	
-----------	--	----------------	--	------------------	--	---------	--

3. ¿Se organiza actividades y acciones para fomentar las buenas relaciones interpersonales entre los servidores municipales?

a)Siempre		b)Casi siempre		c)Ocasionalmente		d)Nunca	
-----------	--	----------------	--	------------------	--	---------	--

4. ¿Mediante qué medio de comunicación usted identifica los valores y la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucúa?

a)Redes sociales		e) Radio		i) No conozco	
b)Televisión		f) Afiches		j) Otros, especifique:	
c) Página Web		g) Baners			
d) Revistas		h)Carteleras			

5. ¿A través de qué medios de comunicación el GAD Municipal informa a su público interno de las actividades que realiza?

a) Redes sociales		e) Radio		i) No conozco	
b) Televisión		f) Afiches		j) Reuniones mensuales con el personal	
c) Página Web		g) Baners		k) Otros, especifique:	
d) Revistas		h) Carteleras			

6. ¿La institución diseña campañas de comunicación informativas sobre las acciones dirigidas a los usuarios y a la comunidad en general?

a) Siempre		b) Casi siempre		c) Ocasionalmente		d) Nunca	
------------	--	-----------------	--	-------------------	--	----------	--

7. ¿Qué elementos de la imagen corporativa se deberían rediseñar para incrementar el reconocimiento social del GAD de Sucúa?

a) Papelería institucional	
b) Publicidad	
c) Logotipo/imagotipo/slogan	
d) Manual de identidad	
e) Otros, especifique:	

Fecha: octubre del 2015

Investigadora: Janet Coello Córdova

Gracias por su colaboración.

### Anexo 3: Proforma de Revista



PROFORMA NM-02308

Macas, 4 de Enero del 2016

Estimados.

Srs.

**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA**

De nuestras consideraciones:

Con un cordial saludo, y deseos de éxitos en éste año nuevo 2016, quienes hacemos la empresa Nativo Marketing, por medio del presente nos es grato poner a su consideración nuestro producto; la revista impresa, EXPRESATE MORONA SANTIAGO.

A continuación les presentamos nuestros accesibles PLANES PUBLICITARIOS:

#### PLANES INSTITUCIONALES

<b>PLAN PREMIUM</b>	Publicación, full color 1 PÁGINA - 4500 Revistas	\$299.00 <sup>+IVA</sup> <small>por edición</small>
<b>PLAN SUPERPREMIUM</b>	Publicación, full color 2 PÁGINAS - 4500 Revistas	\$499.00 <sup>+IVA</sup> <small>por edición</small>
<b>CONTRAPORTADA</b>	Publicación, A4 full color en 4500 Revistas + 1 1/2 página	\$699.00 <sup>+IVA</sup> <small>por edición</small>
<b>PORTADA</b>	Publicación, A4 full color en 4500 Revistas + 2 páginaS	\$999.00 <sup>+IVA</sup> <small>por edición</small>



- \* El pautaaje de dos páginas INCLUYE espacio en TITULARES
- \* A estos valores se les agregará el I.V.A.
- \* Forma de Pago: a contraentrega de material (revista impresa)
- \* Los valores que constan en la proforma, son de carácter especial, únicamente para la edición febrero 2016

Por su atención a la presente y a la espera de poder servirle; anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente,

*Victor Hugo Arévalo*  
Victor Hugo Arévalo  
NATIVO MARKETING

• CARNAVAL •

**Información:** ruc:1400413843001

**dirección:** MACAS-Juan de la Cruz y 24 de Mayo **email:** nativomarka@gmail.com **cel:** 095540613 **tel:** 3045066

## Anexo 4: Proforma de TV



Poforma N° 0078  
STV-2016

Sucúa, 04 de enero del 2016

Señores  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA**  
Presente.-

De mi consideración:

Me es grato poner a su disposición el primer canal de televisión de nuestro cantón denominado **SUCÚA TV**.

Con el presente detallo la tarifa publicitaria para que la institución que acertadamente dirige contrate nuestros servicios.

### TARIFA PUBLICITARIA SUCÚA 2016

DETALLE	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Entrevista al Alcalde y video de obras, durante 30 minutos.	12	500,00	6.000,00
		<b>SUBTOTAL</b>	6.000,00
		<b>IVA</b>	720,00
		<b>TOTAL</b>	<b>6.720,00</b>

Seguro de poder servirle, anticipo mi gratitud.

Atentamente,

  
Sr. Ítalo Gómez Galarza  
GERENTE PROPIETARIO



Dir: Av. Domingo Comin entre las calles Pastor Bernal y Efrén Zúñiga Telf: 2 741 014 Celular: 0981325256



## Anexo 5: Proforma de Emisoras radiales



**ASUNTO:** PROFORMA

Sucúa, 04 de enero del 2016

Señores  
**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA**  
Presente.-

De mi consideración:

Me dirijo con un atento saludo y el deseo de éxitos en las funciones que cumple.

Mediante el presente describo el costo de la hora radial en la RADIO CANAL JUVENIL, es importante recordarle que es en horario AAA.

CANT	DETALLE	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
24	Programa radial con una duración de una hora (AAA)	400,00	9.600,00
		<b>Subtotal</b>	9.600,00
		<b>IVA</b>	1.152,00
		<b>Total</b>	<b>10.752,00</b>

Seguro de contar con una favorable acogida, anticipo mi sincero agradecimiento y sentimientos de distinguida consideración y estima.

Atentamente

  
Sr. Jorge Enrique Navarro Viña  
GERENTE

Dir: Av. Domingo Comin entre las calles Carlos Olson y Kiruba - Telf.: 2 741 344 Celular: 0994536362

## Anexo 6: Proforma de periódico mural y buzón de quejas



Sucúa, 05 de enero del 2016

Señor  
**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCÚA**  
Presente.-

De mi consideración:

Con un cordial y atento saludo me dirijo a Usted, junto el deseo de éxitos en las funciones que cumple.

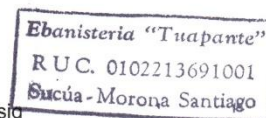
A petición verbal presento la cotización de un periódico mural y un buzón para quejas y sugerencias incluidas carteleras, con las características solicitadas.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Periódico mural de metal y vidrio, de 2,00 metros x 1,50	300,00	300,00
1	Buzón de madera, con carteleras	150,00	150,00
		<b>Subtotal</b>	450,00
		<b>IVA</b>	54,00
		<b>TOTAL</b>	<b>504,00</b>

Seguro que la información proporcionada sirva para sus expectativas, expreso mis sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente

Sr. Manuel Francisco Tuapante Sigsig  
GERENTE – PROPIETARIO



Dir: Carlos Olson entre la Av. Oriental y calle María Troncatti  
Telf.: 2 742 775 Celular: 0991032566



## Anexo 8: Proforma de prensa escrita



Of. N° LR 011-2016  
Macas, 5 de enero de 2016

**Dr. Saúl Cárdenas R.**  
**ALCALDE DEL CANTÓN SUCÚA**

De mi consideración.

A nombre del personal del Periódico Randimpa le expresamos a usted y su distinguido equipo de trabajo nuestro saludo de nuevo año; a su vez le deseamos el mayor de los éxitos en su gestión.

La presente comunicación es para poner en su conocimiento nuestra propuesta para continuar trabajando en Comunicación en el presente año, en el objetivo de contribuir a la más amplia difusión de las actividades que cumple la institución que usted dirige.

La Randimpa, el periódico de Morona Santiago, circulará quincenalmente y mantendrá su tiraje (1500 ejemplares) y cobertura provincial; así como realizará una difusión diaria y más intensa a través del portal web [www.randimpa.com](http://www.randimpa.com).

**Propuesta:**

Publicación quincenal (dos por mes) de Información relacionada a las actividades de la Institución, tamaño Media Pág. FC Interior (26cm x 17 cm).

Cobertura de las principales actividades que cumpla la institución a cargo del periódico y difusión tanto en la versión impresa como en la web y redes sociales.

**Costos por Edición:**

Media Pág. FC Interior \$210,00; es decir \$420,00 mensual (el valor no incluye IVA)

**Fechas de publicación 2016**

N°	EDICIÓN	FECHA CIERRE	FECHA PUBLICACIÓN	N°	EDICIÓN	FECHA CIERRE	FECHA PUBLICACIÓN
1	345	07/01/2016	10/01/2016	13	357	30/06/2016	10/07/2016
2	346	21/01/2016	24/01/2016	14	358	14/07/2016	24/07/2016
3	347	04/02/2016	07/02/2016	15	359	04/08/2016	07/08/2016
4	348	18/02/2016	21/02/2016	16	360	18/08/2016	21/08/2016
5	349	03/03/2016	06/03/2016	17	361	01/09/2016	06/09/2016
6	350	17/03/2016	20/03/2016	18	362	15/09/2016	20/09/2016
7	351	31/03/2016	03/04/2016	19	363	29/09/2016	03/10/2016
8	352	14/04/2016	17/04/2016	20	364	13/10/2016	17/10/2016
9	353	28/04/2016	01/05/2016	21	365	03/11/2016	01/11/2016

Por la acogida a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente;

**Edgar Llerena C.**  
**DIRECTOR PERIODICO "RANDIMPA"**



Dirección: 9 de octubre y Domingo Comín Telf.: (593)72 701 246 / 0997829967 [semanario@randimpa.com](mailto:semanario@randimpa.com)  
[www.randimpa.com](http://www.randimpa.com) / [www.guiarandimpaera.com](http://www.guiarandimpaera.com) Facebook: /randimpa Twitter: @randimpa1 Macas - Ecuador

**Anexo 9: Proforma de artículos promocionales**



**PROFORMA**

<b>Fecha:</b>	04 de enero del 2015	<b>RUC:</b>	1460000880001	
<b>Cliente:</b>	GAD Municipal del Cantón Sucúa	<b>Tel:</b>	07 2 740 211	
<b>Contacto:</b>	Janet Coello Córdoba	<b>Tel:</b>	07 2 740 211 ext. 110	
<b>Dirección:</b>	Av. Domingo Comín y Pastor Bernal			
<b>ITEM</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
1	Bolígrafos	1.000	1,50	1.500,00
2	Agendas	200	7,00	1.400,00
3	Calendarios	500	2,00	1.000,00
4	Llaveros	500	2,50	1.250,00
5	Hojas volantes	3.000	0,08	240,00
6	Trípticos	1.000	0,08	80,00
7	Banner	10	70,00	700,00
8	Afiches	1.000	0,38	380,00
9	Boletines	1.000	0,15	150,00
			<b>TOTAL</b>	<b>6.700,00</b>
<b>Condición de pago:</b>	50% anticipo - 50% contratentrega			

❖ EL PRECIO INCLUYE IVA

Atentamente,



Javier Ramón Orpilla  
GERENTE - PROPIETARIO