

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “POLICÍA NACIONAL”
CARRERA DE: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA RELACIÓN SOCIAL COMUNICATIVA QUE EXISTE
ENTRE LOS HABITANTES Y LA POLICÍA COMUNITARIA DE LA
PARROQUIA RURAL DE PUEMBO

Autor: Luis Gustavo Simbaña Gualpa

Tutor: Ing. Roberto Estévez Echenique

San Francisco de Quito, 2009

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se la dedico a mi esposa Gloria Ximena y a mis padres, por su apoyo, colaboración y consejos que me ayudaron a sobresalir en muchas etapas de mi vida y más que todo hacer posible alcanzar el presente logro personal.

A mis hijos Vanessa, Omar y Bryan, por ser el tesoro más preciado de mi vida a quienes con el ejemplo he demostrado ser buen padre y que no existen barreras para alcanzar los objetivos propuestos.

RECONOCIMIENTO

Mi reconocimiento a la Noble Policía Nacional del Ecuador por haberme dado la oportunidad de superarme dentro de mi vida profesional y poder ser parte del personal policial con visión y objetivos encaminados a alcanzar y crear la Policía del Nuevo Milenio.

Al Instituto Superior Tecnológico de la Policía Nacional y a todos los profesores de manera especial a mi Director de Tesis el señor Ing. Roberto Estévez, que fueron parte de mi vida estudiantil por compartir sus conocimientos y enseñarme lecciones de vida.

CONTENIDO

Introducción	1
--------------	---

CAPITULO I

1.	El Problema	4
1.1	Planteamiento del problema	4
1.1.1	Formulación del problema	6
1.1.2	Preguntas directrices	6
1.2	Objetivos	7
1.2.1	Objetivo General	7
1.2.2	Objetivos Específicos	7
1.3	Justificación e importancia	8

CAPITULO II

2.	Marco Teórico	10
2.1	Teórico	10
2.1.1	Antecedentes	10
2.1.2	Organigrama de la comunidad	11
2.1.3	Organigrama institucional	13
2.1.4	Plan Operativo Anual POLCO DMQ 2008	13
2.2	Marco Conceptual	14
2.2.1	Análisis de problemas	14
2.2.1.1	Método ZOP	15
2.2.1.2	Identificar el problema	15
2.2.1.3	Árbol de efectos	16

2.2.1.4	Árbol de causas	17
2.2.1.5	Árbol del problema	18
2.2.2	Diagrama Causa-Efecto	18
2.2.2.1	Como interpretar un diagrama causa-efecto	19
2.2.2.2	Diagrama de causa efecto . Características	19
2.2.3	Planificación Estratégica	22
2.2.3.1	Introducción al Concepto de Planificación Estratégica	22
2.2.3.2	El provenir de las decisiones actuales	22
2.2.3.3	Procesos	22
2.2.3.4	Filosofía	23
2.2.3.5	Estructura	23
2.2.3.6	Raíces, puntos de vista y modelo “estándar” de la estrategia	24
2.2.3.7	Definiciones	26
2.2.3.8	Capacidad gerencial	27
2.2.3.9	Principales diferencias entre Planificación estratégica y Planeación operativa	29
2.2.3.10	Planificación estratégica es	29
2.2.3.11	Planificación operativa es.	29
2.2.3.12	Por que desarrollar un plan estratégico	29
2.2.3.13	Estrategias versus técnicas	30
2.2.3.14	Las etapas de un plan estratégico	31
2.2.3.15	Diagnostico de la situación actual	32
2.2.3.16	Análisis interno de la organización	33

2.2.3.17	Análisis externo de la organización	34
2.2.3.18	Estructura de un Plan Estratégico	34
2.2.3.19	Misión	35
2.2.3.19	Visión	36
3.2.3.20	Valores corporativos	37
2.2.3.21	Objetivos estratégicos, estrategias y políticas	38
2.2.4	La entrevista	41
2.3	Fundamentación científica	41
2.3.1	Análisis de la relación social comunicativa	48
2.3.1.1	Concepto e importancia de la comunicación	43
2.3.1.2	Procesos de la comunicación	45
2.3.1.3	Relación con las ciencias sociales	45
2.3.1.4	Análisis social de la comunicación	46
2.3.1.5	Acción comunicativa	47
2.3.1.6	Relaciones sociales	48
2.3.2	Factores que generan una inadecuada comunicación en la relación social Población-Policía comunitaria	50
2.3.2.1	Población	51
2.3.2.2	Policía	51
2.3.2.3	Policía Comunitaria	51
2.3.3	Mala imagen institucional	52
2.3.3.1	Definición de imagen	52
2.3.3.2	Importancia de la imagen	53
2.3.3.3	Clasificación	54

2.3.4	No hay convivencia ciudadana	55
2.3.4.1	Convivencia	55
2.3.4.2	Relacionarse	56
2.3.4.3	La familia	56
2.3.4.4	La escuela	57
2.3.4.5	La comunidad	57
2.3.2.6	El país	58
2.3.4.7	Trato amable	59
2.3.4.8	Comprensión	59
2.3.4.9	Respeto	59
2.3.4.10	Cooperación	60
2.3.4.11	Solidaridad	60
2.3.4.12	Irrespeto	61
2.3.4.13	Rencores	61
2.3.4.14	Envidia	62
2.3.4.15	Odio	62
2.3.5	Ausencia de trabajo en equipo	63
2.3.5.1	Equipo de trabajo	63
2.3.5.2	Trabajar en equipo	64
2.3.5.3	Perfil del equipo	64
2.3.5.4	Perfil de los miembros del equipo	64
2.3.5.5	Por que triunfan los equipos	65
2.3.5.6	Etapas en la formación de equipos	66
2.3.6	Falta de planificación	67

2.3.6.1	Planificación	67
2.3.7	Grupos sociales que intervienen en la relación social comunicativa y sus expectativas para mejorar la comunicación con la Policía Comunitaria	69
2.3.7.1	Grupos sociales	70
2.3.7.1.1	Descripción	71
2.3.7.1.2	Características	71
2.3.7.2	Autoridad	71
2.3.7.3	Población	73
2.3.7.4	Transporte público	73
2.3.7.5	Comercio formal e informal (Illegal)	74
2.3.7.6	Delincuencia	75
2.3.7.7	Deporte	75
2.3.7.8	Iglesia católica	77
2.3.7.9	Turismo	77
2.3.7.10	Expectativas para mejorar la comunicación con la Policía Comunitaria	78
2.3.8	Hasta que punto influye la falta de comunicación Policía-Comunidad	78
2.3.8.1	Riesgos sociales	79
2.3.8.2	Insatisfacción en la sociedad	81
2.3.8.3	Insatisfacción	81
2.4	Fundamentación legal	81
2.5	Descripción e variables independientes y dependientes	83

2.5.1	Caracterización de las variables	85
-------	----------------------------------	----

CAPITULO III

3	Metodología	85
3.1	Diseño de la investigación	85
3.1.1	Metodológico	85
3.2.1	Unidad de análisis	86
3.1.3	Prácticos	86
3.1.4	Operacionalización de las variables	87
3.1.5	Técnicas	88
3.1.5.1	Fuentes	89
3.1.5.2	Forma de capturar información	89
3.1.5.3	Forma de realizarlas	89
3.1.5.4	Por el universo que abarca	89
3.1.6	Resultado de las encuestas realizadas	90

CAPITULO IV

4	Procesamiento de datos y análisis de resultados	131
4.1	Procesamiento de datos	131
4.2	Resultados	131
4.2.1	Resultados de investigación	131
4.2.2	Muestreo Aleatorio Simple	131

CAPITULO V

5.	Conclusiones y recomendaciones	132
5.1	Conclusiones	132
5.2	Recomendaciones	134

CAPITULO VI

6.	La Propuesta	135
6.1	Referencias bibliográficas	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nro. 1	90
Tabla Nro. 2	92
Tabla Nro. 3	93
Tabla Nro. 4	94
Tabla Nro. 5	95
Tabla Nro. 6	96
Tabla Nro. 7	98
Tabla Nro. 8	99
Tabla Nro. 9	100
Tabla Nro. 10	101
Tabla Nro. 11	103
Tabla Nro. 12	105
Tabla Nro. 13	107
Tabla Nro. 14	109
Tabla Nro. 15	111
Tabla Nro. 16	113
Tabla Nro. 17	118
Tabla Nro. 18	120
Tabla Nro. 19	126

Tabla Nro. 20	127
Tabla Nro. 21	128
Tabla Nro. 22	129
Tabla Nro. 23	130
Anexo E	Matriz Estratégica.

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráficos Nro. 1	90
Gráfico Nro. 2	92
Gráfico Nro. 3	93
Gráfico Nro. 4	94
Gráfico Nro. 5	95
Gráfico Nro. 6	96
Gráfico Nro. 7	98
Gráfico Nro. 8	99
Gráfico Nro. 9	100
Gráfico Nro. 11	101
Gráfico Nro. 12	102
Gráfico nro. 13	103
Gráfico Nro. 14	105
Gráfico Nro. 15	107
Gráfico Nro. 16	109
Gráfico Nro. 17	111
Gráfico Nro. 18	113

Gráfico Nro. 19	115
Gráfico Nro. 20	116
Gráfico Nro. 21	117
Gráfico Nro. 22	120
Gráfico Nro. 23	122
Gráfico Nro. 24	123
Gráfico Nro. 25	124
Gráfico Nro. 26	125
Gráfico Nro. 27	126
Gráfico Nro. 28	127
Gráfico Nro. 29	128
Gráfico Nro. 30	129
Gráfico Nro. 31	130

INTRODUCCIÓN

Si bien el tema concerniente a las relaciones sociales de la Población y Policía Nacional, genera gran atención pública, sin embargo no existe nada escrito que de a conocer su situación, esto explica el por que del distanciamiento entre estos dos grupos humanos, por lo tanto es una realidad que puede explicarse aunque no justificarse, pero que en alguno de los casos se ve reflejada en la reducción de la actividad policial o en el subdesarrollo de un determinado sector.

El presente tema de investigación se lleva a cabo en la parroquia Rural de Puembo, población situada a 25 Km. al Noreste de Quito, cuenta con una vía de acceso de primer orden, aunque hasta el momento sus barrios marginales que bordean la parroquia como son: San José, Mangahuantag, Chiche y Nápoles, poseen vías de tercer orden (empedrado, lastrado); cuenta además con centros turísticos de renombre como son la Hostería San José, Club Los Arrayanes, Rincón de Puembo, La Guardia entre otros, así como también la Ruta Ecológica Chaquiñan (ciclo vía), Cañón del Río Chiche, El Molino de Guambi, sumado a esto su naturaleza, su clima que oscila entre los 18 y 25 grados de temperatura y la alegría de su gente hacen de Puembo un lugar atractivo que proporcionan paz y serenidad espiritual.



El análisis de la relación social comunicativa de la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo, es un tema sin antecedentes investigativos, sin embargo la preocupación del Alto Mando Institucional de la Policía Nacional a través de la Dirección Nacional de Educación, han realizado diversos planteamientos de módulos educativos que se imparte al personal policial en los cursos de ascenso o mediante cursos de capacitación dictados al grupo policial que integra la Policía Comunitaria, en el que constan temas enfocados a implementar un acercamiento a la sociedad, convivencia ciudadana y por ende a mejorar la relación social Policía-Comunidad y viceversa.

Esta investigación está fundamentada en estadísticas producto de un sondeo de opiniones realizadas en la parroquia Rural de Puembo, producto de una investigación de campo, el cual permite conocer todo lo concerniente a la relación social comunicativa que existe en la Población y Policía Comunitaria de ese sector.

En el medio actual en el que nos desenvolvemos tanto la Población como la Policía Nacional, han olvidado ciertos valores humanos; es así que la relación social comunicativa es un tema de gran importancia en el medio social, que ha causado confusión o mal entendido en sus actores al hacer pensar que la relación social comunicativa trata simplemente en tener un buen trato entre los actores (Sociedad-Policía).

He aquí la importancia de la acción comunicativa, en el cual se desprende que es el entendimiento lingüístico, es decir es la interacción entre dos grupos humanos capaces de desarrollar un lenguaje de acción que establecen una relación, por tal razón los actores buscan entenderse sobre una situación de acción para poder así coordinar sus planes de acción y con ello sus acciones.

A través de esta investigación se llega a determinar los diversos problemas encontrados en la relación social comunicativa de la Población y Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puembo, en el cual también se plantea una

propuesta de solución para mejorar dicha relación, la misma que permitirá a los dos grupos humanos poner en práctica el principio de convivencia ciudadana.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La relación social que existe en nuestro medio es un factor primordial de enlace entre la organización y los individuos de nuestro entorno, por cuanto busca insertar a la organización dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos internos como externos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes.

Esta relación permite además crear y mantener entre los individuos, relaciones cordiales, vínculos amistosos, basadas en reglas que son aceptadas por todas las personas y fundamentalmente en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana.

En la Policía Nacional, el tema concerniente a relaciones sociales comunicativas, son factores poco analizadas para la aplicación en el medio, pues se debe tomar en consideración que la Policía Comunitaria tiene su trascendencia a partir del año 2002, es por esta razón que en la actualidad el Alto Mando Institucional, recién se ha preocupando en insertar en el efectivo policial una visión de participación y convivencia ciudadana en el medio en el

cual se desenvuelve a través del “**Policía Comunitario**”, para de esta manera crear integración hacia la comunidad, instituciones y organizaciones, posibilitando al efectivo policial ser parte integral del desarrollo de la comunidad, esto a través de su gestión como es, la solución de problemas de seguridad y convivencia ciudadana permitiendo al Policía ser considerado un líder en los procesos comunitarios.

Cabe destacar que la parroquia Rural de Puembo, cuenta con la Policía Comunitaria de la localidad integrada por 6 señores Policías y 18.000 habitantes entre moradores propios y extraños del lugar, quienes con el pasar del tiempo han ido generando distanciamiento en lo concerniente a la relación social comunicativa por falta de convivencia comunitaria en el sector, sumado a esto la mala coordinación, la falta de procesos definidos, no hay integración social y la poca confianza de la comunidad en la Policía, lo cual ha sido generado por “**la falta de comunicación**”; éste fenómeno con el pasar del tiempo puede ocasionar que cada uno de los involucrados labore por su propia cuenta y para su propio grupo social e Institución, rompiéndose de esta manera los principios, participación y convivencia ciudadana, esto conllevaría a las siguientes causas: conflictos, distanciamiento total, bajo rendimiento de los efectivos policiales y a la no ejecución de trabajos comunitarios Policía-Comunidad, recayendo en dos grandes problemas como es el “**incremento de**

riesgos sociales e insatisfacción de la sociedad” de la parroquia Rural de Puenbo.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo es la relación social comunicativa entre la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo?

En la actualidad la Policía Comunitaria y la Población de la parroquia Rural de Puenbo, son grupos humanos que requieren de un estudio basado en la relación social comunicativa de sus actores, cuyo resultado permitirá garantizar el buen convivir de los participantes y por ende crear una sociedad libre de riesgos que afecten su entorno.

1.1.2 Preguntas directrices

1. ¿La inadecuada comunicación, ha influido en la relación social entre Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo?
2. ¿Cuál es el interés que persiguen las fuerzas vivas (Dirigencia deportiva, Autoridades locales, Autoridades educativas, párroco, organizaciones, etc.) como entes generadores de un proceso de comunicación entre Población y la Policía Comunitaria y cuáles son sus expectativas para mejorar la comunicación con el elemento policial?

3. ¿Hasta que punto influye la falta de comunicación (Población Civil-Policía) en la convivencia pacífica de la parroquia Rural de Puenbo?
4. ¿Cómo se ha llevado a cabo la integración social entre la Población y Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo y si existe o no coordinación entre estos dos grupos humanos?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General.

Conocer la relación social comunicativa que existe entre la Población y la Policía Comunitaria de la Parroquia Rural de Puenbo.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 1 Conocer los factores que han generado una inadecuada comunicación entre Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo.
- 2 Identificar los grupos sociales que intervienen en la relación social comunicativa entre Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo y cuales son sus expectativas para mejorar la comunicación con el elemento policial.

- 3 Saber hasta que punto influye la falta de comunicación (Población Civil-Policía) en la convivencia pacífica de la parroquia Rural de Puenbo.
- 4 Conocer como es la integración social entre Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo y si existe o no coordinación entre los dos grupos humanos.

1.3 Justificación e Importancia

Por ser la Policía Nacional dentro de las instituciones del Estado, uno de los servicios públicos de mayor presencia en la comunidad, a de cultivar sobre todo, las buenas relaciones con la ciudadanía, enfocado en realizar esfuerzos para mejorar la calidad de atención en todo su campo de actividad y de manera general en aquellos servicios de trato directo con la población.

Es así que la presente investigación está enfocada en conocer como se encuentra la relación social comunicativa entre Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo, identificar factores y grupos sociales que intervienen en esa relación, saber hasta que punto influye la falta de comunicación (Población Civil-Policía) en la convivencia diaria de estos grupos humanos, para lo cual debemos tomar en cuenta y saber diferenciarlos dos términos de gran importancia como son: “**COMUNICACIÓN**.- Es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos

alcancen una conciencia común.- **INFORMACIÓN.**- Por el contrario, es cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor a un receptor.

Considerando estas definiciones, se puede entender al Policía como ¿un comunicador o informador?, el tiempo ha generado lamentablemente una imagen de informador por lo que su espacio ha ido reseguándose a nivel social, considerándose un estigma negativo a la labor policial. Con este antecedente vale manifestar que el real proceso de comunicación que propone Ricardo Nosedá, se empieza a notar en el elemento uniformado en su contacto y atención con el público en general, obviamente es un largo proceso para alcanzar elevados porcentajes de aceptación en la comunidad pero claramente se puede identificar que se va por el camino adecuado, esto medible en la actitud cordial que elementos policiales de distinto rango muestran a la población lo que le va consolidando como un orientador comunitario, esto es, una de las características fundamentales que encierra la comunicación como tal y a la que el elemento policial está sujeto.

De aquí viene un nuevo reto para el Policía, el convertirse en un buen comunicador, quien debe saber manejar altos niveles de democratización con los elementos de una comunidad, ser un mediador en los múltiples problemas que en un conglomerado humano puede generar y ser un modelo a seguir, pilares fundamentales en el desarrollo social, por ello lo importante de su

constante actualización y capacitación lo que le permitirá ir generando esos espacios de aceptación indispensables para plasmar una convivencia humana de paz”.¹

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Teórico

El presente tema aplica varios conceptos teóricos, por tal razón y con el propósito de fundamentar la investigación se ha indagado a través de diferentes medios entre textos, Internet y otros, con el fin de recabar información concerniente a la Relación Social Comunicativa entre la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puembo; sin embargo se pudo constatar que en lo relacionado a éste tema, no existen datos e información alguna, por lo tanto al ser esta una investigación sobre la relación social comunicativa se aplicaran conceptos ya establecidos por varios autores de libros, entrevista con personal capacitado y se contará con la investigación de campo correspondiente y necesaria para poder esclarecer y responder las preguntas directrices anteriormente planteadas.

2.1.1 Antecedentes

Iniciaremos conociendo a sus actores; es así que Puembo es una parroquia Rural del Distrito Metropolitano de Quito ubicada al Noreste de la ciudad

¹ Criterio personal del señor Msc Pablo Carrera.- Docente del ISTEPN.- Experto en Comunicación Social.

Quito, en el acogedor valle de Tumbaco, fue fundada el 29 de Mayo 1861, cuenta con 18.000 habitantes, posee una rica historia de más de 600 años, su existencia se remonta a épocas anteriores a la conquista española e incluso a la invasión Inca. El asentamiento indígena de los “PUEMBOS” formó parte del Reino de Quito, como un cacicazgo que luchó en contra de la Invasión incaica de Huayna Cápac, en estas luchas se destacó el héroe indígena y Cacique de Cayambe, Nasacota Puento, célebre guerrero que ofertó su vida en estas tierras, y del cual se asume el nombre de PUEMBO; sus actividades productivas están relacionadas con la agricultura y ganadería, especialmente sobresale el cultivo de flores, hortalizas y frutas, sumado a esto también como fuente vital de ingresos económicos la actividad avícola, ésta parroquia además cuenta con la primera Autoridad representado por el Presidente de la Junta Parroquial, gobierno seccional de esa localidad.

2.1.2 Organigrama de la comunidad²



² Fuente proporcionada por la Junta Parroquial de Puenbo.

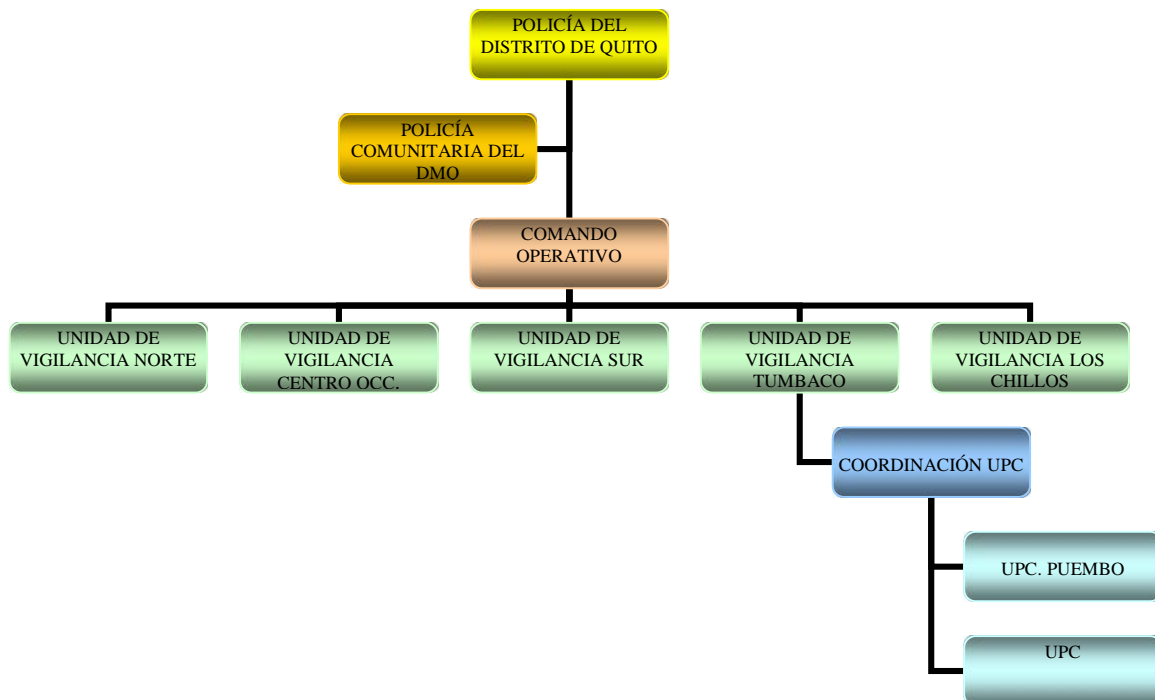
Por otro lado la Policía Nacional, ante la llegada de la modernización a nuestro país y sobre todo a las nuevas exigencias de la comunidad sobre el servicio que sus organismos de seguridad deben prestar, motivó al Comando de Policía del Distrito Metropolitano de Quito, ejecutar el proyecto de POLICÍA COMUNITARIA, “la misma que rige a partir del 12 de Diciembre del 2002, mediante Resolución No 2002-640-CG-PN del H. Consejo de Generales de la Policía Nacional, quienes aprobaron su creación, la misma que es publicada en la Orden General Nro. 246 de fecha 20 de Diciembre del 2002”³, es así que a partir del día 03 de febrero del 2003 luego de un exigente proceso de capacitación del personal policial se empieza a ejecutar las primeras actividades propuestas en el proyecto, para lo cual la Jefatura de la Policía Comunitaria de la Policía Nacional es el ente a cargo del control de la Policía Comunitaria.

En lo relacionado a la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo, ésta Unidad Policial se encuentra ubicada en la calle Florencio Espinoza y César Morán Pareja, ésta conformada por 1 señor Oficial Jefe de la Policía Comunitaria del sector y 5 señores Clases y Policías integrantes de la Unidad de Policía Comunitaria, la misma que posee una infraestructura construida en madera y cemento la misma que pese a ser amplia, carece de closets, camas y colchones para el personal policial, además como medios logísticos posee

³ Módulo de estudio de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional d Educación de la Policía Nacional

un vehículo camioneta doble cabina y una motocicleta en regular estado de funcionamiento, dos radios de comunicación portátiles y dos radios base en regular estado, con el cual el personal policial cumple su servicio en el sector.

2.1.3 Organigrama Estructural Institucional⁴



2.1.4 “Plan Operativo Anual 2008 Jefatura de la Policía Comunitaria del Distrito Metropolitano de Quito

(4).- Objetivos del Plan Estratégico

“INCREMENTAR PERMANENTEMENTE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA COMUNIDAD EN LOS SERVICIOS POLICIALES”

⁴ Fuente Unidad de Vigilancia Centro Occidente.

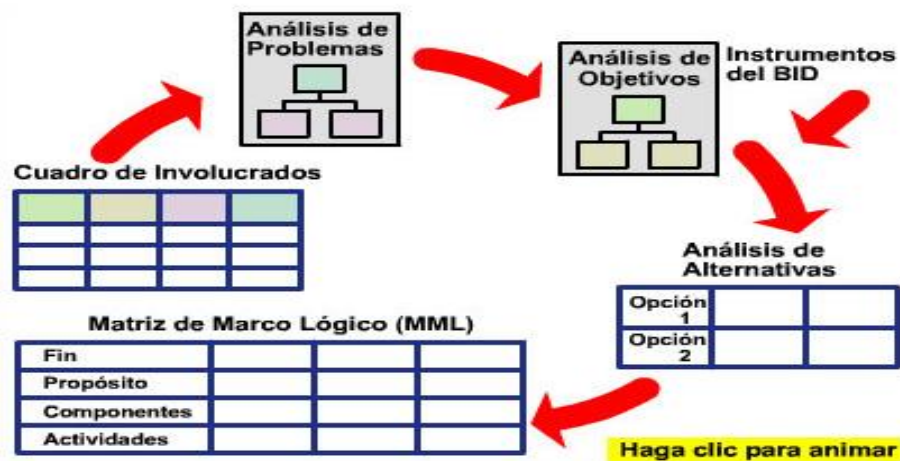
Nombre de los proyectos.

- 1 Programa de prevención del delito y lucha contra el crimen.
- 2 Programa de vigilancia en vecindarios y espacios urbanos seguros.”⁵

2.2. Marco Conceptual

Con el propósito de unificar significados de algunos términos utilizados en el presente estudio, a continuación se definen los siguientes términos los mismos que se emplearán durante el desarrollo del análisis de la relación social comunicativa entre la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo:

2.2.1 Análisis de problemas⁶



En este punto se debe tomar en cuenta la percepción de los involucrados lo cual contribuye a entender las diferentes causas y efectos

⁵ Plan Operativo Anual 2008, elaborado por el Departamento de Planificación de la Policía Comunitaria del Distrito Metropolitano de Quito.

⁶ Gráfico tomado de ILPES. BOLETIN 15. METODOLOGÍA DE MARCO LÓGICO

2.2.1.1 Método ZOOP (Ziel Orientierte Project Planung) Planificación de proyectos orientada a objetivos

El método Zoop, comprende la construcción de los llamados “Árbol del Problema” y “Árbol de Objetivos” con lo cual a partir de este último, definimos acciones que permiten atacar las causas del problema, combinándolas posterior a positivo constituyendo en las alternativas del proyecto.

2.2.1.2 Identificación del problema

Tomamos en cuenta los siguientes puntos:

- Situación negativa que en lo posterior debe ser revertida.
- Uso de lluvia de ideas.
- No confundir el problema con **la falta de una solución.**

Para poder entender de mejor manera realizaremos un ejercicio en el que se observa el problema.

INCORRECTOS	CORRECTOS (El problema)
“Hace falta un centro de salud”	“Existe una alta mortabilidad”,
“Se requiere un programa de capacitación”	“No hay suficientes trabajadores calificados”
“Hay que distribuir alimentos”	“Los niños están desnutridos”



2.2.1.3 Árbol de efectos⁷

Para la elaboración del Árbol de efectos hay que considerar los siguientes aspectos:

- Analizar los efectos que dicho problema provoca en la población u organización.
- Es necesario la lluvia de ideas.
- Se dibuja un recuadro y se escribe en él la definición acordada para el problema, posterior se dibujan sobre éste nuevos recuadros, en estos se registran los efectos más directos que están causando el problema, posterior se examina cada uno de los efectos registrados y se realiza un estudio para ver si éste a su vez provoca otros efectos sobre el medio,

⁷ Gráficos tomados de ILPES. BOLETIN 15. METODOLOGÍA DE MARCO LÓGICO

la organización, las personas o la economía. Se debe continuar con este proceso hasta alcanzar un nivel razonable de detalle, no es necesario llegar hasta la raíz del problema.

Ejemplo Pueblo Esperanza

¿Y POR QUE SE GENERA EN PUEBLO ESPERANZA UNA ALTA TASA DE ENFERMEDADES?

- El Alcalde de Pueblo Esperanza está preocupada por las condiciones de salud presentes en el área.
- Se encontró que el problema definido para este caso es el de **“Una alta tasa de enfermedades en la localidad”**

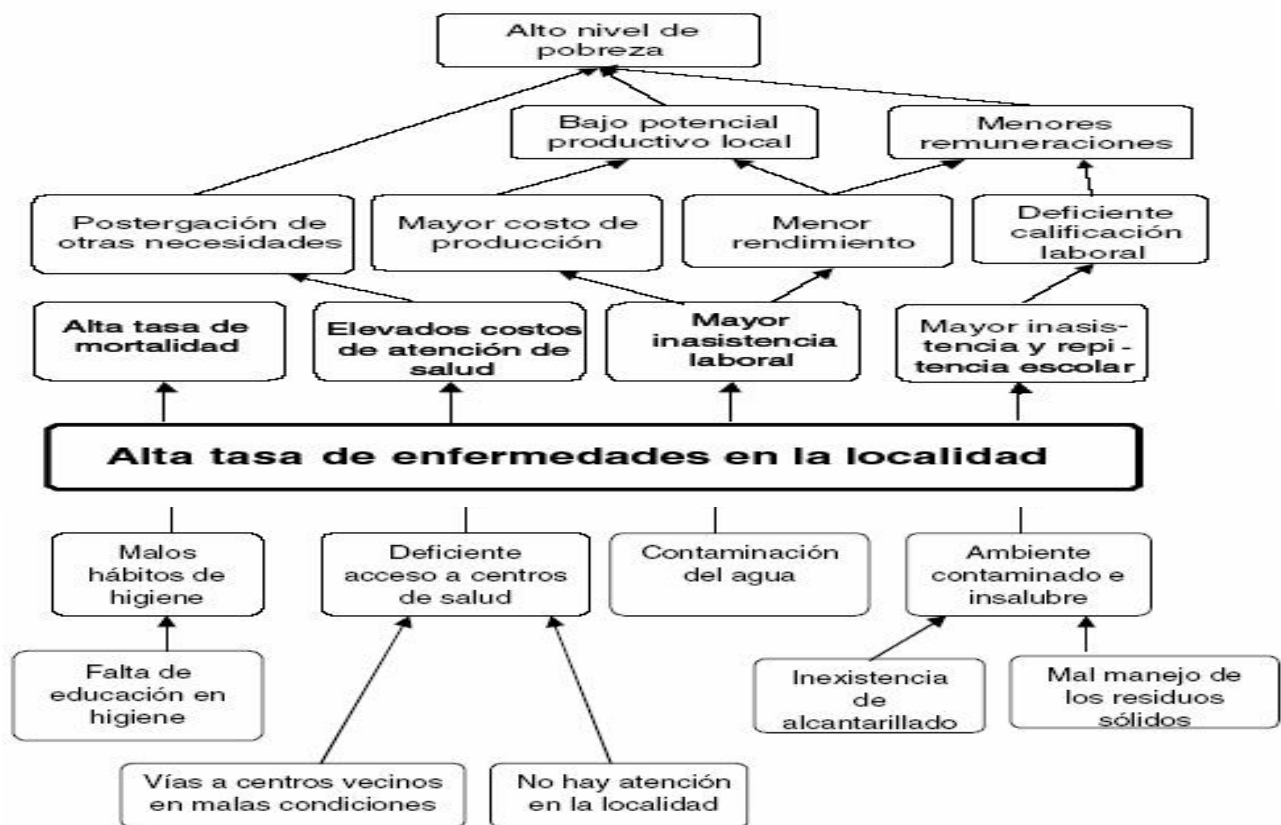
2.2.1.4 Árbol de causas

Al igual que el procedimiento anterior, se dibuja un recuadro y se anota en éste el problema identificado, posterior nos preguntamos que conlleva a la existencia del problema procediendo a registrar las distintas ideas en los recuadros inferiores. Se dibujan inmediatamente bajo el problema las causas más directas, por obvias que parezcan, uniéndolas con flechas de abajo hacia arriba (siguiendo la relación causa-efecto) al problema, se recomienda continuar con el procedimiento hasta donde sea razonable esto podría ser dos a cuatro niveles.

2.2.1.5 Árbol del problema⁸

Una vez completado el árbol de causas, este puede ser unido al árbol de efectos, creando así el árbol de causas-efectos o árbol del problema.

En esta etapa es conveniente verificar que no aparezca una misma situación como causa y efecto a la vez (situación bastante frecuente).



2.2.2 “Diagrama Causa - Efecto

Por otro lado el diagrama causa-efecto consiste en organizar y representar las diferentes teorías propuestas sobre las causas que conllevan a un

⁸ Gráficos tomados de ILPES. BOLETIN 15. METODOLOGÍA DE MARCO LÓGICO

problema, es conocido también como Diagrama de Ishikawa o Diagrama de Espina de Pescado y se utiliza en las fases de Diagnóstico y Solución de la causa.

2.2.2.1 Cómo interpretar un diagrama de causa-efecto:

Cabe mencionar que el diagrama causa-efecto es un vehículo para ordenar, de forma muy concentrada, todas las causas que supuestamente pueden contribuir a un determinado efecto dentro de la organización, esta nos permite, lograr un conocimiento común de un problema. Es importante mencionar que los diagramas de causa-efecto presentan y organizan teorías, es así que sólo cuando estas teorías son comprobadas con datos se puede probar las causas de los fenómenos observables. Sin embargo uno de los principales errores que suele ocurrir es construir el diagrama antes de analizar globalmente los síntomas, limitar las teorías propuestas enmascarando involuntariamente la causa raíz, otro problema es cometer errores en la relación causal y en el orden de las teorías, provocando un gasto de tiempo.

2.2.2.3 Diagramas de Causa – Efecto.- Características

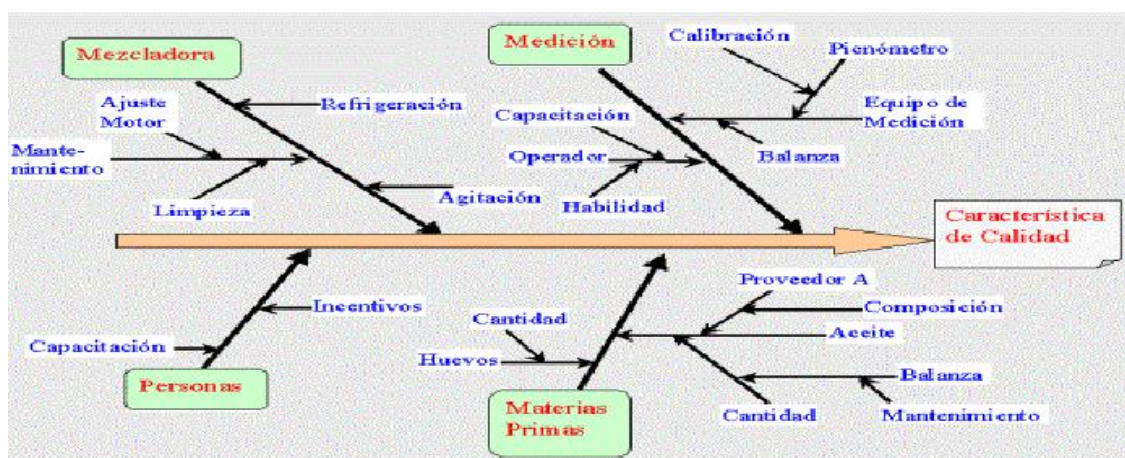
La variabilidad de las características de calidad es un efecto observado que tiene múltiples causas, por ejemplo cuando ocurre algún problema con la calidad del producto, se debe investigar para identificar las causas del

mismo, a continuación se detallan los pasos para hacer un Diagrama de Causa-Efecto:

1. Mencionar cual va a ser la característica de calidad a ser analizada, en el caso de la elaboración de mayonesa tomado como ejemplo, podría ser el peso del frasco lleno, densidad del producto, porcentaje de aceite, entre otros, posterior trazamos una flecha que representa el proceso y a la derecha escribimos la característica de calidad.
2. Mencionamos los factores causales de mayor importancia que generan la duda de la característica de calidad, trazando flechas secundarias hacia la principal. Por ejemplo, Materias Primas, Equipos, Operarios, Método de Medición, etc.
3. Agregamos en cada rama factores más detallados que se puedan considerar causas de fluctuación. Para hacer esto, podemos formularnos estas preguntas.

En esta parte se debe tomar en cuenta y preguntarse: ¿Por qué hay dispersión en los valores de la característica de calidad?, a lo cual nos respondemos, Por la dispersión de las Materias Primas, por lo tanto se registra Materias Primas como una de las ramas principales.

- a) ¿Qué Materias Primas producen dispersión en los valores de la característica de calidad? Aceite, huevos, sal, otros condimentos, se agrega “Aceite” como rama menor de la rama principal Materias Primas.
- b) ¿Por qué hay dispersión en el aceite? Por la dispersión de la cantidad agregada a la mezcla, agregamos a “Aceite” la rama más pequeña Cantidad.
- c) ¿Por qué hay variación en la cantidad agregada de aceite? Por funcionamiento irregular de la balanza, se registra la rama Balanza.
- d) ¿Por qué la balanza funciona en forma irregular? Por que necesita mantenimiento. En la rama Balanza colocamos la rama “Mantenimiento”, así seguimos ampliando el Diagrama Causa-Efecto hasta que contenga todas las causas posibles de dispersión.⁹



⁹ Texto y Gráfico tomado del documento. Herramientas de Planificación. Sr. Ing. Paul Revelo.

- 4 Por último verificamos que todos los factores que causaren dispersión hayan sido incorporados al diagrama, si las relaciones Causa-Efecto están claramente establecidas el diagrama está terminado.

Un diagrama de Causa-Efecto sirve para que la gente conozca en profundidad el proceso con el cual trabaja, permitiendo visualizar con claridad las relaciones entre los Efectos y sus Causas, guía las discusiones al exponer con claridad los orígenes de un problema desde su raíz cuando el proceso se aparta de su funcionamiento habitual.

2.2.3 Planificación Estratégica

2.2.3.1 Introducción al concepto de Planificación Estratégica

2.2.3.2 El porvenir de las decisiones actuales

La planificación estratégica observa la cadena de consecuencias de causas y efectos, es la decisión real o intencionada que tomara el director de la empresa para mejorar su competitividad, por lo tanto planear o planificar significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

2.2.2.3 Proceso

Se dice que la planificación estratégica es un proceso que inicia con el establecimiento de metas organizacionales, es la encargada de definir estrategias y políticas para lograr estas metas y desarrolla planes para

asegurar la implantación de las diversas estrategias y obtener los fines buscados. La planificación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida con base en una realidad entendida.

2.2.3.4 Filosofía

Planeación estratégica es considerada como una actitud, y requiere de dedicación para actuar con base en la observación del futuro, y una determinación para planear constante y sistemáticamente como parte integral de la dirección, por ejemplo, “el no hacerlo bien no es un pecado, pero el no hacerlo lo mejor posible, si lo es.”

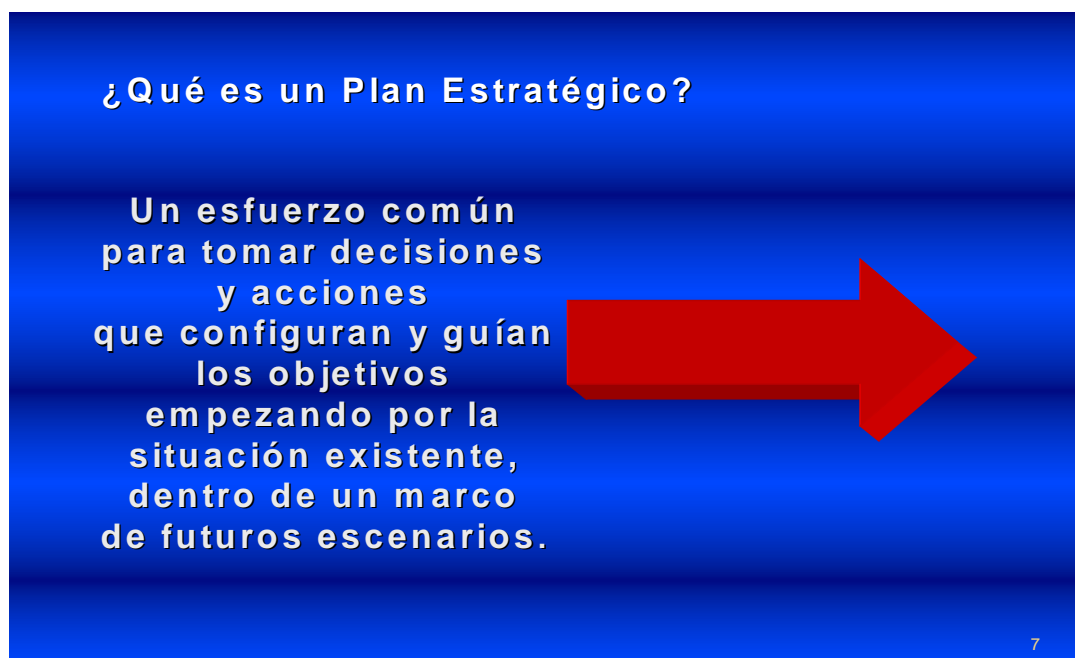
2.2.3.5 Estructura

La planeación o planificación estratégica está basado en tres fases:

- a) Planes estratégicos,
- b) Programas a mediano plazo,
- c) Presupuestos a corto plazo y planes operativos.

La planeación estratégica es el esfuerzo sistemático de una organización para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias y así lograr los objetivos y propósitos de la organización.

PLAN ESTRATÉGICO¹⁰



2.2.3.6 Raíces, puntos de vista y modelo “estándar” de la estrategia

Estrategia, es un término que es utilizado de varias maneras y en diferentes contextos, su uso se inicia en el ámbito militar, donde el concepto ha sido utilizado durante varios siglos. Por lo tanto el término estrategia proviene del griego strategos que significa “un general” a su vez, esta palabra proviene de raíces que significan “ejercito” y “acaudillar”, el verbo griego, stratego significa “planificar la destrucción de los enemigos en razón del uso eficaz de los recursos”

Dentro del campo empresarial con tendencia competitiva, las raíces del concepto de estrategias presentan un atractivo evidente, proyectan la

¹⁰ Texto y Gráfico tomado del documento. Planificación Estratégica, Sr. Ing. Roberto Estévez.

destrucción de sus competidores dentro del mercado, al intentar vender más que sus rivales y obtener más y mejores resultados.

Por otro lado los primeros estudiosos que ligaron el concepto de estrategia a los negocios fueron Von Neumann y Morgenstern, en su obra la teoría del juego, define a la estrategia como la serie de actos que ejecuta una empresa. Peter Drucker, en su libro *The Practice of Management* editado en 1954, define que la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y que la cambien si es necesario, parte de su definición nace de la idea que los gerentes deberían saber qué recursos tenía su empresa y cuáles debería emplear. Alfred Chandler en su obra *Strategy and Structure* (1962), define a la estrategia empresarial basado en su análisis de cuatro grandes de la industria estadounidense, a principios del siglo XX: Du Pont, Estándar Oil of New Jersey, General Motor y Sears Roebuck. Chandler, por lo tanto definió a la estrategia como el elemento que determina las metas básicas de una empresa, a largo plazo, así como la adopción de cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar las metas.

Todas las definiciones anteriores, tienen cuatro elementos en común. En primer lugar está el concepto de un **ambiente**, es decir, una serie de condiciones ajenas a la empresa, a las que ésta debe responder. Algunas

de estas condiciones son negativas (amenazas) y otras positivas (oportunidades). En segundo lugar, la empresa debe establecer **metas u objetivos básicos**. El objetivo de más alto nivel se suele conocer como la misión; es decir, una definición de la razón de ser de la empresa. En tercer lugar, la gerencia debe realizar un **análisis de la situación**, con el fin de determinar su posición en el ambiente y su cantidad de recursos. Este análisis se suele conocer como Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, FODA por sus siglas en español, (SWOT en inglés). Por último la empresa **proyecta como aplicar sus recursos**, a efecto de alcanzar sus metas y lograr adecuarse lo mejor posible a su ambiente.

Por lo tanto el enfoque de la estrategia se basa fundamentalmente en dos supuestos: **primero** que el análisis siempre debe ir antes que la acción. La definición de metas, el análisis de la situación y la planificación deben ir antes de cualquier acción que emprenda la empresa, a esto se le suele llamar formulación de la estrategia; **segundo** es en la cual la acción, con frecuencia llamada ejecución de la estrategia, esta a cargo de personas que no son analistas, gerentes de niveles superiores ni planificadores.

2.2.3.7 Definiciones

Estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, establece la secuencia coherente de las acciones a

realizar, por lo tanto una estrategia bien formulada ayuda a poner en orden y asignar tomando en cuenta sus atributos y deficiencias internas, los recursos de la organización, con el fin de lograr una situación viable y original, anticipa los posibles cambios en el entorno y las posibles acciones de los oponentes.

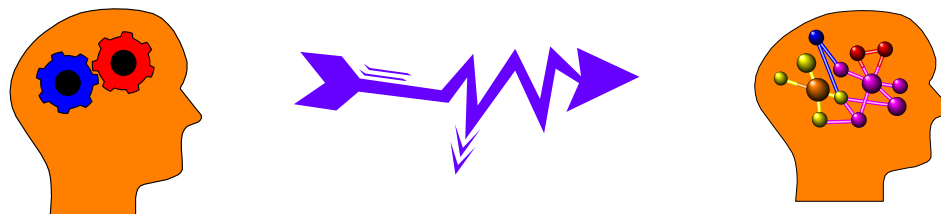
2.2.3.8 Capacidad gerencial

Se denomina Capacidad Gerencial al conjunto de conocimientos, experiencias, habilidades, actitudes y aptitudes (inteligencia), las mismas que permite a las personas a influir con medios no represivos sobre otras personas para alcanzar los objetivos con efectividad, eficiencia y eficacia.

Por lo tanto diremos que Planificación es:

- una función básica de la gerencia
- determina el futuro deseado
- es filmar una "película" de lo que deseamos que ocurra en la organización
- es el proceso de construir un puente entre la situación actual y la situación deseada.

En resumen podemos decir gráficamente que planificación es el proceso que permite construir un puente entre la situación actual y el futuro deseado:



Situación Actual
Diagnóstico de la Situación Actual

El futuro deseado
Plan Estratégico

La Planificación debe contar con indicadores de gestión:

- **Productividad**

Relación que existe entre los productos totales obtenidos y los recursos totales consumidos.

- **Efectividad**

Es la relación entre los resultados logrados y los que se pretende alcanzar y da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados.

- **Eficiencia**

Es la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos que se había estimado o programado utilizar.

- **Eficacia**

Es la encargada de valorar el impacto de lo que hacemos, del producto o servicio que vendemos, no basta producir con el 100% de efectividad, sino que los productos o servicios sean los adecuados para satisfacer las necesidades de los clientes, se relacionado con la calidad. (adecuación al uso, satisfacción del cliente)

2.2.3.9 Principales diferencias entre planificación estratégica y planificación operativa

2.2.3.10 Planificación Estratégica es:

- Largo plazo
- Que hacer y como hacer en el plazo largo
- Énfasis en la búsqueda de permanencia de la institución en el tiempo
- Grandes lineamientos (general)
- Incluye: misión, visión de futuro, valores corporativos, objetivos, estrategias y políticas

2.2.3.11 Planificación Operativa es:

- Corto y mediano plazo
- Que, como, cuando, quien, donde y con qué
- Énfasis en los aspectos del "día a día"
- Desagregación del plan estratégico en programas o proyectos específico)
- Incluye: objetivos y metas, actividades, plazos y responsables

2.2.3.12 ¿Por qué desarrollar un plan estratégico?

Produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, al liberar recursos humanos y materiales, redundando en

eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para los miembros de la organización.

La Planificación Estratégica mejora el desempeño de la institución, establece una visión, define la misión, planifica y determina objetivos, influye positivamente en el desempeño de la organización. La planificación estratégica permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y amenazas, enfoca la misión de la organización y orienta su rumbo, facilitando la acción innovativa de dirección y liderazgo.

Permite enfrentar los principales problemas de las organizaciones, de una manera intencional y coordinada de enfrentar la mayoría de los problemas críticos, intentando resolverlos en su conjunto y proporcionando un marco útil para afrontar decisiones, anticipando e identificando nuevas demandas.

Introduce una forma moderna de gestionar las instituciones públicas, exige conocer más la organización, mejorar la comunicación y coordinación entre los distintos niveles y programas. La planificación estratégica genera fuerzas de cambio, ayuda a tomar el control sobre sí mismas y a reaccionar frente a reglas y estímulos externos.

2.2.3.13 Estrategias versus tácticas

¿En que se diferencian las estrategias de las tácticas? Una de las principales diferencias es la escala de acción o perspectiva del líder, lo que parece ser una táctica para el ejecutivo (jefe), puede ser una estrategia para el jefe de mercadotecnia si es que esta determina el éxito total y la viabilidad de la organización, por lo tanto las tácticas pueden ser a cualquier nivel.

Tácticas son los relineamientos de corta duración, ajustables y asumen la acción y la interacción que las fuerzas contrarias usan para lograr metas específicas. La estrategia define una base continua para enfocar esos ajustes hacia propósitos mas ampliamente concebidos. Una estrategia es necesaria cuando las acciones potenciales o las respuestas de un contrincante inteligente pueden afectar de manera sustancial el resultado deseado, independientemente de la naturaleza global de las actividades de la empresa.

2.2.3.14 Las etapas de un plan estratégico

Enfocar la planificación estratégica en los factores críticos que determinan el éxito o fracaso de una organización y diseñar un proceso realista, son los aspectos claves a considerar para desarrollar la planificación estratégica. El proceso de planificación estratégica debe adaptarse a la organización, hay dos aspectos claves a considerar para desarrollar un

proceso de planificación estratégica: la planificación estratégica enfatiza el análisis de las condiciones del entorno en que la organización se encuentra y en el análisis de sus características internas.

2.2.3.15 Diagnostico de la situación actual

PASO N°1:

Identificación de clientes externos y determinación de sus demandas

Los clientes externos son aquellas personas, organizaciones, grupos o sectores de gran importancia para la institución, sus expectativas y demandas deben tomarse en consideración para posterior decidir si pueden ser atendidos. La determinación sistemática de las demandas de los clientes externos permitirá a la institución disponer de información para diseñar y entregar productos y servicios de calidad que satisfagan las expectativas.

PASO N°2:

Identificación de clientes internos y determinación de sus demandas

A las personas, grupos, áreas o departamentos internos vinculados directa y permanentemente con la gestión de la organización, se las puede denominar clientes internos. Las demandas de los clientes internos deben ser consideradas cuidadosamente, servirán de base para la formulación de objetivos y estrategias.

En la medida que se logre satisfacer las demandas de los clientes internos se incrementara su grado de motivación y compromiso, que sin lugar a duda redundara en la efectividad, eficiencia y eficacia de la organización. **"Clientes internos satisfechos logran la satisfacción de los clientes externos"**

2.2.3.16 Análisis interno de la organización

Por otro lado el análisis interno es el estudio de los factores claves que han condicionado el desempeño pasado, la evaluación de este desempeño y la identificación de las fortalezas y debilidades que presenta la organización en su funcionamiento y operación en relación con la misión, el análisis comprende aspectos como su recurso humano, tecnología, estructura formal, redes de comunicación formales e informales, capacidad financiera, etc.

Las fortalezas (factores internos positivos) son fuerzas impulsoras que contribuyen positivamente a la gestión de la institución, y las debilidades (factores internos negativos) en cambio, son fuerzas obstaculizantes o problemas que impiden el adecuado desempeño.

Por lo tanto el análisis organizacional permite identificar las fortalezas para impulsarlas y las debilidades para eliminarlas o corregirlas.

2.2.3.17 Análisis externo de la organización

Se refiere a la identificación de los factores de su entorno, más allá de la organización, que condicionan su desempeño, sus aspectos positivos (oportunidades), como negativos (amenazas).

- Condiciones de crecimiento y desarrollo del país, los aspectos económicos, tratados de comercio,
- Cambios del entorno (culturales, demográficos)
- Recursos (tecnológicos, avances científicos)
- Cambios en las necesidades ciudadanas (en cuanto a transporte, comunicaciones, información y participación)
- Políticas públicas y prioridades del sector
- Riesgo de factores naturales
- Competencia
- Regulaciones
- Condiciones diversas

Este análisis se orienta hacia la identificación de las amenazas y oportunidades que el ambiente externo genera para el funcionamiento y operación de la organización.

2.2.3.18 Estructura de un plan estratégico



Tomado del documento Planificación Estratégica Sr. Ing. Roberto Estéves

2.2.3.19 Misión

La misión organizacional es "una declaración duradera de propósitos que distingue a una institución de otras similares". Es un esquema de la razón de ser de una organización, esencial para determinar objetivos y formular estrategias. Una buena misión institucional refleja las expectativas de sus clientes. Es el cliente y solo el cliente quien decide lo que es una organización.

La misión debe ser amplia en su alcance para que permita el estudio y la generación de una vasta gama de objetivos y estrategias factibles.

La misión describe la naturaleza y el campo al cual se dedica la organización, en otros términos es la respuesta a la pregunta: ¿Para que existe la organización?.

Los componentes principales que deben considerarse en la estructuración de la misión, son los siguientes:

- **Clientes** - ¿quienes son los clientes de la institución?
- **Productos o servicios** - cuales son los productos o servicios más importantes de la institución y en que forma deben ser entregados?
- **Mercados** - ¿compite la institución geográficamente?
- **Preocupación por supervivencia y mejoramiento.**
- **Preocupación por imagen pública** - ¿cual es la imagen pública a la que aspira la institución?

2.2.3.19 Visión

Es la definición de la razón de ser de la organización, es la visión de futuro como: la declaración amplia y suficiente de donde quiere que su organización este dentro de 3 0 5 años, es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una organización es y quiere ser en el futuro. La visión de futuro señala un rumbo, da dirección, es la cadena o el lazo que une en la organización el presente y el futuro, es el concepto de las actividades futuras de la organización

La respuesta a la pregunta, ¿qué queremos que sea la organización en los próximos años?, es la visión de futuro, establece aquello que la organización piensa hacer, y para quién lo hará. Para la redacción de la visión de futuro se deben considerar los siguientes elementos:

- Debe ser formulada por líderes
- Dimensión de tiempo
- Integradora: compartida entre el grupo gerencial y los colaboradores
- Amplia y detallada
- Positiva y alentadora
- Debe ser realista en lo posible
- Comunica entusiasmo
- Proyecta sueños y esperanzas
- Incorpora valores e intereses comunes
- Usa un lenguaje ennobecedor, gráfico y metafórico
- Logra sinergismo
- Debe ser difundida interna y externamente

2.2.3.20 Valores corporativos

Son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional, toda institución implícita o explícitamente tiene un

conjunto de valores corporativos, por lo tanto estos deben ser analizados, ajustados o redefinidos y luego divulgados.

En resumen, el objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización.

2.2.3.21 Objetivos estratégicos, estrategias y políticas

Los objetivos estratégicos.- Establecen que es lo que se va a lograr y cuando serán alcanzados los resultados, pero no establecen como serán logrados.

La estrategia.- Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar, establecen como se van a lograr los objetivos estratégicos. Las estrategias pueden ser intentadas (planeadas) o las emergentes (no planeadas), el objetivo de la estrategia es lograr una ventaja competitiva, es decir cualquier característica de la organización que la diferencia de la competencia directa dentro de su sector. Toda empresa que obtiene beneficios de un modo sostenido tiene algo que sus competidores no pueden igualar, aunque en muchos casos lo imiten. Una habilidad distintiva se refiere a la única fortaleza que le permite a una

compañía lograr condiciones superior en eficiencia, calidad, innovación o capacidad de satisfacción al cliente.

Las políticas.- Son reglas o guías que expresan los límites dentro de los cuales debe ocurrir la acción. Muchas veces toman la forma de acciones de contingencia para resolver conflictos que existen y se relacionan entre objetivos específicos. Las políticas estratégicas guían la dirección general y la posición de la entidad, determinando su viabilidad.

Las decisiones estratégicas establecen la orientación general de una empresa y su viabilidad máxima a la luz, tanto para los cambios predecibles como de los impredecibles que, en su momento, puedan ocurrir en los ámbitos que son de su interés o competencia.

Por lo tanto y de lo anterior expuesto diremos que la Planificación estratégica es la brújula o el mapa que utilizan las organizaciones para poder llegar al futuro, es como un GPS que permite vislumbrar por anticipado los obstáculos que encontrará la organización, permitiéndole reaccionar y cambiar la trayectoria de la institución.

La planificación es un proceso mediante el que se determina de dónde venimos, en qué situación estamos, a dónde queremos ir y cómo y

cuando llegaremos allí, no se ocupa de las decisiones futuras, sino del impacto futuro de las decisiones actuales.

La Planificación Estratégica consiste en crear un sistema flexible e integrado de objetivos, que sirva como punto de referencia para visualizar en qué grado alcanzamos los objetivos de corto plazo y cómo nos encaminamos a los de medio y largo plazo, con coherencia entre el esfuerzo de las personas y el valor relativo de cada meta.

La Planificación Estratégica se basa en una apreciación clara de las condiciones del entorno, de las variaciones que en él se dan, de las oportunidades que pueden aprovecharse y de los riesgos que hay que enfrentar. Además da a la institución una visión clara de cuál debe ser su misión, así como las fortalezas y debilidades que pueden apoyar o dificultar el logro de la misma, no está encaminada a eliminar riesgos (asumir riesgos es esencial para progresar) sino en asegurar que éstos se detectan y una vez detectados, aceptar los oportunos riesgos en el momento adecuado.

La planificación tiende a prevenir las crisis ante de que éstas aparezcan, también está orientada a garantizar el uso eficaz de los recursos disponibles.

Los hombres y mujeres han demostrado preocupación por conocer por anticipado aquello a lo que deberán enfrentarse en los días venideros. Puede decirse que la idea de planificar responde a esta lógica inquietud de la humanidad por conocer su futuro, aunque con un enfoque más activo que la simple espera de lo que ocurra. Lo que se busca con la planificación no es tan sólo la previsión de los escenarios en los que nos desenvolveremos, sino fundamentalmente la forma de alterarlos y obtener de ellos el mejor provecho. Se trata, por tanto, de planificar el futuro en vez de padecerlo.

Planificar es la manera de saber “por qué” y “para qué” se hace una actividad, predefiniendo de forma estructurada, y adaptable al mismo tiempo, las líneas básicas del “qué”.

Por otro lado, planificar es una actividad que confiere un notable dinamismo a cualquier institución, constituye un ejercicio a través del cual siempre surgirán nuevos retos.

2.2.4 La entrevista

Concepto.- “Es una técnica para obtener datos que consiste en un dialogo entre dos personas, el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste.¹¹

¹¹ Elementos de Investigación.- José Save.- Editorial Omega

Por lo tanto diremos que la entrevista es una técnica existente desde la antigüedad, ha sido utilizada desde hace algunos años en psicología y desde su desarrollo en sociología y en educación, en esas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable por que permite obtener datos que de otro modo sería muy difícil conseguir.

Cuando debe emplearse.- Se emplea cuando la población o universo es pequeño y manejable o cuando se trata de personas que constituyen una muestra representativa.

Características de la entrevista.- Al entrevistar a varias personas sobre un mismo tema o asunto, ésta tiene que ser estandarizada, es decir que todos deben responder a las mismas preguntas, lo cual facilita tabular los datos obtenidos y extraer las conclusiones debidas”.

2.3 Fundamentación científica

2.3.1 Análisis de la relación social comunicativa

La Relación Social Comunicativa es un elemento de gran importancia en el convivir diario, nos permite interactuar en la sociedad, por tal razón es necesario ir descifrando y conociendo cada uno de los elementos que intervienen en la Relación Social Comunicativa:

2.3.1.1 Concepto e importancia de la comunicación.

“El ser humano tiene por naturaleza, la necesidad de comunicarse. La acción de relacionarse con los demás es tan importante que significa incluso la supervivencia misma del hombre. Esta necesidad se presenta desde que nacemos y es una constante en las diferentes etapas de nuestra vida.

Se dice que el ser humano es el único ser vivo capaz de elaborar complejos códigos de comunicación y de transmitirlos a futuras generaciones. Pero si al comunicarnos utilizamos esta complejidad de códigos ¿cómo entienden los padres a un pequeño que no sabe hablar y que tardará poco más de un año en pronunciar sus primeras palabras?

Cuando el pequeño crece tiene que aprender nuevos códigos de comunicación para interrelacionarse con los demás: hablar, escribir, leer, incluso pensar bajo los cánones de propia cultura, es decir, debe aprender una nueva manera de comunicarse”.¹²

El término Comunicación proviene de la palabra latina Communis, significa común, por tal motivo al comunicarse, se trata de establecer una comunidad con alguien. La comunicación es un proceso de interacción

¹² Comunicación Oral y Escrita.- Cantú, Flores, Roque.- Octava Reimpresión.- México 2003.

social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana, por lo tanto la Comunicación es:

Dinámico: está en continuo movimiento y no se limita a una relación Emisor-Receptor estático, pues los roles se intercambian.

Inevitable: es imposible no comunicar, incluso el silencio comunica.

Irreversible: porque una vez realizada, no puede regresar, borrarse o ignorarse.

Bidireccional: porque existe una respuesta en ambas direcciones.

Verbal y no verbal: implica la utilización de ambos lenguajes.

Además de la comunicación verbal y no verbal, el hombre también se distingue por la capacidad de comunicarse con el mismo a través del pensamiento; a esto se le llama comunicación intrapersonal.

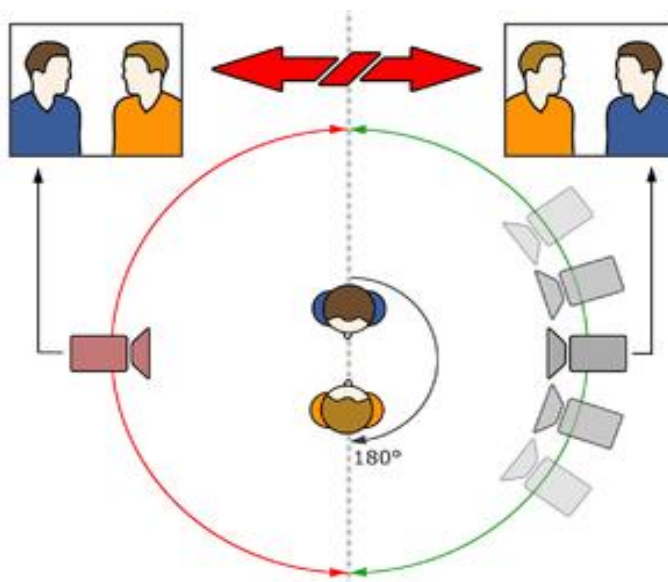
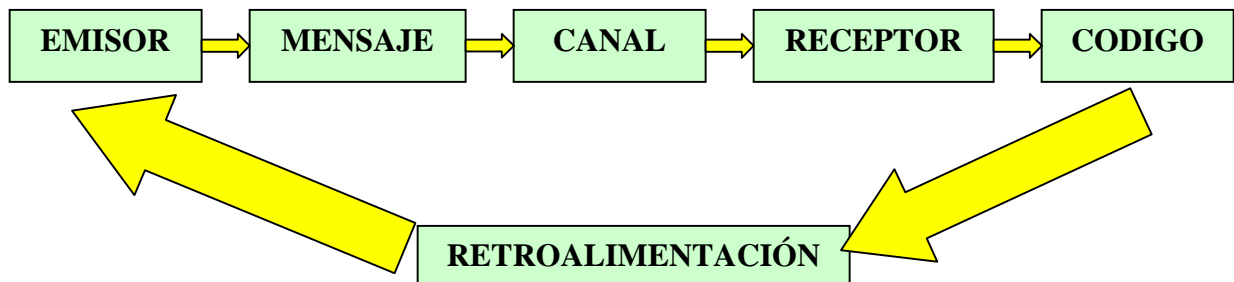


Gráfico tomado del libro Comunicación Oral y Escrita.- Cantú, Flores, Roque.- Octava Reimpresión.-

2.3.1.2 Procesos de la comunicación



Emisor: Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona.

Mensaje: Es lo que se quiere transmitir.

Canal: Es el medio físico por el que se transmite el mensaje, ésta puede ser la prensa, la radio, la televisión entre otros.

Receptor: Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como Receptor, pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información.

Código: Es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

2.3.1.3 Relación con las ciencias sociales

La comunicación es un proceso de interrelación entre dos o más seres vivos o entidades donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor, el cual

decodifica la información recibida, todo eso en un contexto determinado. El proceso de comunicación emisor - mensaje - receptor, se torna bivalente cuando el receptor logra codificar el mensaje, lo interpreta y lo devuelve al emisor originario, quien ahora se tornará receptor.

Por lo tanto diremos que la comunicación es de suma importancia para la supervivencia de especies gregarias, pues la información que ésta extrae de su medio ambiente y su facultad de transmitir mensajes serán claves para sacar ventaja del modo de vida.

2.3.1.4 Análisis social de la comunicación

La comunicación como disciplina social que analiza los contenidos, características y canales a través de los cuales se da la comunicación incluye:

- 1 Análisis del discurso y pragmática.
- 2 Lengua y literatura.
- 3 Estructura de la información y la comunicación.
- 4 Publicidad
- 5 Teoría de la publicidad y de las Relaciones Públicas.
- 6 Semiótica de la Comunicación y de la publicidad.
- 7 Comunicación audiovisual y más media.
- 8 Narrativa audiovisual.

- 9 Realización y producción audiovisual.
- 10 Industrias culturales.
- 11 Historia de los medios de comunicación.
- 12 Crítica mediática
- 13 Redacción periodística.
- 14 Comunicación y Cultura
- 15 Política de la comunicación
- 16 Comunicación Organizacional o Corporativa
- 17 Comunicaciones Internas y externas
- 18 Educomunicación
- 19 Comunicación digital

2.3.1.5 Acción comunicativa

La Acción comunicativa es el entendimiento lingüístico aparece como un mecanismo de coordinación de la acción. En el resto de acciones el lenguaje sólo aparece en algunos de los aspectos que éste ofrece, es en la acción comunicativa donde aparece como un medio de entendimiento en sí, que el entendimiento funcione como mecanismo coordinador de la acción sólo puede significar que los participantes en la interacción se ponen de acuerdo acerca de la validez que pretenden para sus emisiones o manifestaciones.

“A la esfera de trabajo, Habermas, contrapone el ámbito de la acción comunicativa, que define como una interacción mediada por símbolos. Dicha acción tiene como núcleo fundamental las normas o reglas obligatorias de acción que definen formas recíprocas de conducta y han de ser entendidas y reconocidas intersubjetivamente.

La Socialización es condición de la Identidad.

Este tipo de acción da lugar al marco institucional de la sociedad en contraposición a los sistemas de acción instrumental y estratégica. La acción comunicativa, como parte de la acción social, colabora en los tres procesos que conforman la socialización:

1. Recepción y reproducción cultural.
2. Integración social.
3. Desarrollo de la personalidad y de la identidad personal.”¹³

2.3.1.6 Relaciones sociales

No es más que un patrón de comportamiento que no reconocemos, producto de cambios evolutivos a velocidad, los medios de comunicación y la creciente conectividad entre personas de diferentes culturas están produciendo una revolución que nos conduce a una Sociedad hiper-

¹³ Vargas Mendoza, J.E (2006) Teoría de la Acción Comunicativa: Jurgen haberlas, Mexico

simbólica. Nuevos símbolos que hay que producir, promocionar, distribuir y consumir y exigen un lenguaje y comportamientos distintos a los tradicionales.

La falta de acceso a las relaciones sociales conduce a un menor entendimiento entre la gente, con el consiguiente aumento de las tensiones y de una mayor corrupción.

Dentro de las ciudades, las desigualdades sociales y la desesperación van de la mano con la alienación, las altas tasas de criminalidad y la adicción a las drogas y el alcohol; mientras que los continuos desplazamientos de las poblaciones tanto rurales como urbanas han cambiado las viejas comunidades por grupos de viviendas donde los vecinos no se conocen, a tal grado que los niños no pueden jugar tranquilos si no es bajo la mirada atenta de los padres.

Al haber analizado estos primeros conceptos podemos acotar la importancia que ésta tiene en la sociedad, más aún si existe de por medio una Institución como es la Policía, encargada de velar por el Orden y Seguridad Ciudadana; siendo estos dos grupos humanos pertenecientes a la Parroquia de Puenbo quienes deberían relacionarse mutuamente con el

fin de proyectarse un único objetivo que conlleve al buen convivir de los actores.

Por lo tanto “comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores. Nuestro destinatario tiene sus intereses, sus preocupaciones, sus necesidades, sus expectativas. Está esperando que le hablemos de las cosas que le interesan a él, no de las que nos interesan a nosotros. Y sólo si partimos de sus intereses, de sus percepciones, será posible entablar el diálogo con él. Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir, es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto de convergencia, de encuentro. La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar”.¹⁴

2.3.2 Factores que generan una inadecuada comunicación en la relación social Población - Policía Comunitaria de la Parroquia Rural de Puembo.

Previo a describir los factores inmersos en la inadecuada comunicación, es necesario conocer algunos conceptos de gran importancia los mismos que se relacionan con el tema de investigación, como son:

¹⁴ El Comunicador Popular, CIESPAL, Quito 1985, Pag. 115 y 118

2.3.2.1 Población

“Conjunto de personas que habitan la tierra o cualquier división geográfica de ella”.¹⁵

Por lo tanto la población constituye el ente dinámico del Estado, desde el punto de vista geopolítico, el ser humano es estudiado como un actor social que lucha por ejercer el poder en un entorno físico determinado.

Por otro lado la población es el conjunto de individuos que responden a una definición determinada. En demografía, se define como el conjunto de individuos constituidos de forma estable, ligados por vínculos de reproducción e identificados por características territoriales, políticas, jurídicas étnicas o religiosas.

2.3.2.2 Policía

“Es el delegado de Autoridad, cuya misión es velar por el orden público, es la persona perteneciente a la Institución, es quien realiza actos que pueden ser o no productos de efectos jurídicos”.¹⁶

2.3.2.3 Policía Comunitaria

¹⁵ Módulo de estudio de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional d Educación de la Policía Nacional

¹⁶ La Vigilancia Policial del Servicio Urbano y Rural.- Mayor. Lic. Fausto A. Fuentes García.

“La Policía Comunitaria se ha transformado en una modalidad del servicio de vigilancia fundamentada en la integración de la comunidad con las instituciones y organizaciones que posibilita al policía ser parte integral del desarrollo de la comunidad a través de su gestión en la solución de problemas de seguridad y de convivencia. Modalidad de servicio que posibilita al talento humano policial, liderar procesos comunitarios y desarrollar acciones proactivas, preventivas y educativas, para la solución de problemas de seguridad y convivencia ciudadana”.¹⁷

A continuación detallaremos los factores que han generado una inadecuada comunicación en la población y Policía Comunitaria de la Parroquia Rural de Puenbo:

- Mala Imagen Institucional.
- No hay convivencia ciudadana.
- Ausencia de Trabajo en Equipo.
- Falta de Planificación.

2.3.3. Mala imagen institucional

2.3.3.1 Definición de imagen

“La definición establece que las personas, los productos, los servicios, las marcas, las empresas y las instituciones generan imagen. Esto significa que todo ente de existencia real o ideal es generador de imagen. Todas las

¹⁷ Módulo de estudios de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional

cosas generan una imagen, las cotidianas y también las que no conocemos aunque sabemos que existen. Hay hechos de comunicación planificados como tales (la forma de vestir, una marca, un aviso) y otros que comunican aunque esta no sea su misión principal (el precio de un producto, la forma de expresarse, la opinión de un tercero)”¹⁸.

Una imagen puede corresponder a la realidad o no. La imagen es el conjunto de creencias que cada persona tiene y de las asociaciones que efectúa; y estas son personales y propias de cada individuo.

2.3.3.2 Importancia de la imagen

La imagen es uno de los factores de mayor peso de la actitud final hacia un producto y a veces, la imagen por si sola configura la actitud. En otros casos es un componente de la configuración de la actitud final. En algunos productos, donde las diferencias con sus competidores no son apreciables a simple vista por el consumidor, la imagen es casi el único factor que influye en la toma de una actitud. En el caso de empresas, la imagen desempeña un papel muy importante, ya que las mismas son juzgadas por la imagen, porque el contacto con ellas es solo a través de los productos. Algo similar ocurre con los personajes notorios que no se conocen personalmente. Todos tienen opiniones formadas sobre políticos, artistas,

¹⁸ Capriotti Paúl 1992. La imagen de la Empresa.- Estrategia para una comunicación integrada.- Barcelona.

deportistas y cualquier otra persona que haya trascendido el ámbito cotidiano sin haber tratado jamás con ella. Sin embargo se emiten juicios de valor sobre aspectos personales de ellos expresando solamente la imagen que tienen de los mismos.

2.3.3.3 Clasificación

Imagen personal.- Es la que se articula sobre personas. El accionar de éstas articula una imagen en la gente que está en contacto con ellas. A veces esta imagen es involuntaria, no está elaborada conscientemente por el emisor, pero en otros casos sucede todo lo contrario. Las personas públicas tratan siempre de articular en el público objetivo la imagen más positiva. Estas imágenes deben adecuarse a las expectativas del público elegido. Lo que esperan los jóvenes de la imagen de un cantante es lo opuesto a lo que espera un hombre maduro de su médico.

Imagen de producto.- Son las creencias y asociaciones que se tienen de un producto genérico, el pan, el vino, el arroz, etc., tienen una imagen propia y perfectamente definida independientemente de la que puedan tener determinadas marcas.

Imagen de marca.- Es esta la imagen que de una marca determinada articula el público, sea consumidor o no del producto de esa marca.

“Imagen institucional.- Es la imagen que la empresa como entidad articula en las personas. Suele llamarse también imagen corporativa o de empresa”.

La imagen institucional engloba y supera a las anteriores, puesto que una acción u omisión de cualquier organización contribuye a la conformación de una buena o mala imagen institucional, en el caso de la Policía Comunitaria de la Parroquia Puembo la presente investigación permitirá conocer la situación actual de citada Institución.

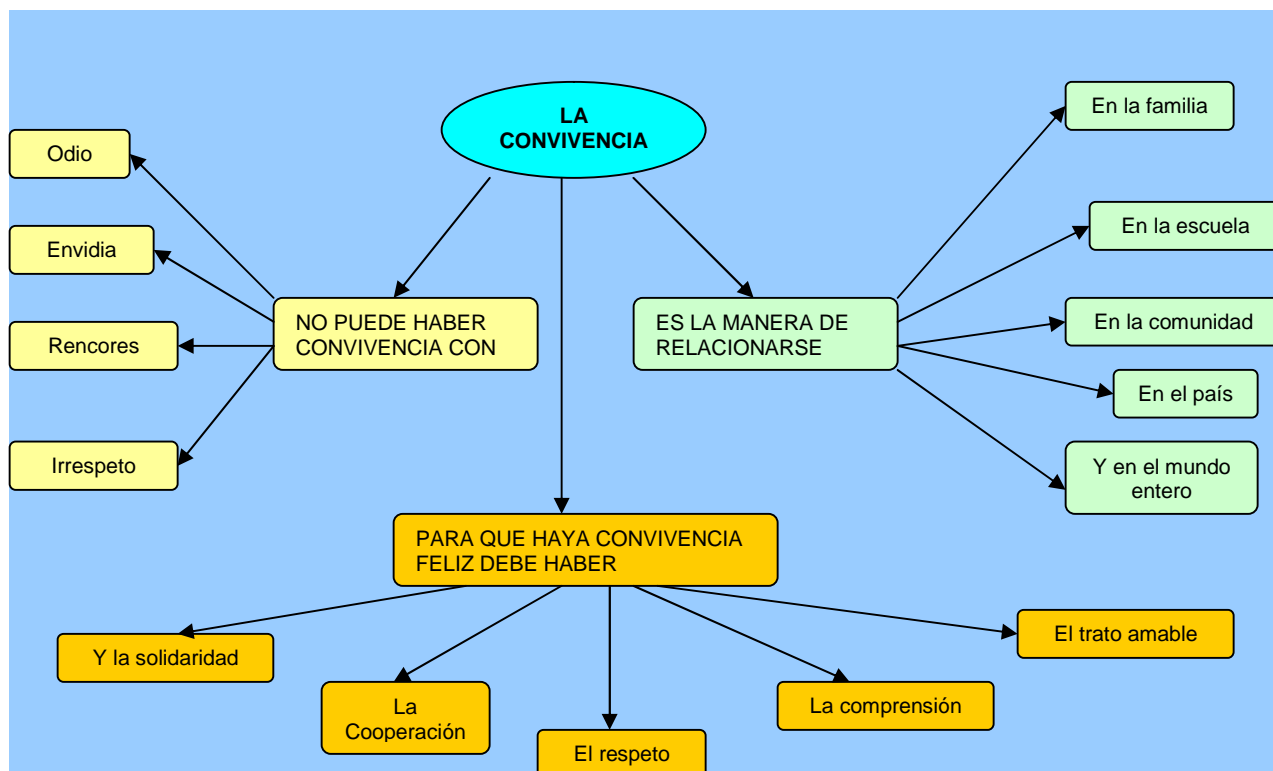
2.3.4 No hay convivencia ciudadana

2.3.4.1 Convivencia

“Cualidad que tiene el conjunto de relaciones cotidianas que se dan entre los miembros de una comunidad cuando se han armonizado los intereses individuales con los colectivos, resolviendo los conflictos de manera constructiva”.¹⁹ Por lo tanto diremos que convivir, es el acto de la relación, supone correspondencia con la familia, con el vecino, con el barrio, con la sociedad, corresponsabilidad que no puede entenderse sin la acción de participar. La participación ciudadana empleada hasta la saciedad, más allá de recurso dialéctico en la oratoria y la teoría, es el transporte colectivo

¹⁹ Módulo de estudio de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional.

idóneo para hacer el itinerario, el viaje hasta el final del trayecto, llegar a la ciudadanía plena.



2.3.4.2 Relacionarse

“Es tener trato o relación una persona con otra u otras, es entablar un trato personal o social con una serie de personas importantes o influyentes”.²⁰

2.3.4.3 La familia

“La familia es un grupo de personas unidas por vínculos de parentesco, ya sea consanguíneo, por matrimonio o adopción que viven juntos por un período indefinido de tiempo. Constituye la unidad básica de la sociedad”.²¹

²⁰ Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. 2007 Larouse Editorial S.L.

Familia (ciencias sociales), grupo social básico creado por vínculos de parentesco o matrimonio presente en todas las sociedades. Idealmente, la familia proporciona a sus miembros protección, compañía, seguridad y socialización. La estructura y el papel de la familia varían según la sociedad. La familia nuclear (dos adultos con sus hijos) es la unidad principal de las sociedades más avanzadas. En otras este núcleo está subordinado a una gran familia con abuelos y otros familiares. Una tercera unidad familiar es la familia monoparental, en la que los hijos viven sólo con sus padres.

2.3.4.4 La escuela

Escuela.- 1.- “Establecimiento público donde se da a los niños la instrucción primaria. 2. Establecimiento público donde se da cualquier género de instrucción. 3. Aquella en que se hacen los estudios y la practica necesarios para obtener el título de maestro de primera enseñanza”.²²

2.3.4.5 La comunidad

Comunidad.- “Grupo de personas ubicadas en una área geográfica con intereses comunes. Grupos de personas que constituyen una unidad social,

²¹ Microsoft Encarta 2007.

²² Microsoft Encarta 2007.

con sentido de pertenencia y en los cuales los miembros que la integran se identifican por participar de algunas características comunes”.²³

Por lo tanto podemos manifestar que una comunidad es un grupo o conjunto de personas, seres humanos, que comparten elementos en común, tales como idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica en un barrio por ejemplo, estatus social y roles.

También se puede manifestar que en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común; si bien esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

2.3.4.6 El país

Nación, región, provincia o territorio una nación. Por lo tanto un país es un Estado, la Patria; es un invento de los que siempre han buscado motivos para enfrentarse a otros. La patria es tu barrio, son tus vecinos, tus amigos, y aquellos por los que sientes algo que te une a ellos.

²³ Módulo de estudio de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional

2.3.4.7 Trato amable

Tratar.- “Proceder bien o mal, con una persona o de obra o de palabra.

Amable.- 1.- Digno de ser amable; 2.- Amable, complaciente, afectuoso”.²⁴

2.3.4.8 Comprensión

“Es entender al otro, es verse en el otro, es entender que nosotros y los demás somos seres que poseemos personalidades más o menos imperfectas ciegas y rebeldes y que aún así podemos convivir plenamente.

Para practicar la comprensión hay que evitar la crítica, el menosprecio, la envidia y el antagonismo. Lo mejor será colaborar amorosamente con el alma derramando nuestro amor y entendimiento sobre los problemas y luchas de los que nos rodean”.²⁵

2.3.4.9 Respeto

“Es el reconocimiento del valor inherente y los derechos innatos de los individuos y de la sociedad. Estos deben ser reconocidos como el foco central para lograra que las personas se comprometan con un propósito más elevado de la vida.

²⁴ Micosoft Encarta 2007.

²⁵ Educando con valores.- Joaquín García.

El respeto comienza en la propia persona. El estado original del respeto está basado en el reconocimiento del propio ser como una entidad única, una fuerza vital interior, un ser espiritual, un alma. La conciencia elevada de saber “quien soy” surge desde un espacio auténtico de valor puro”.²⁶

2.3.4.10 Cooperación

“Obrar conjuntamente con otro u otros para un mismo fin”.²⁷

2.3.4.11 Solidaridad

“Es aquella actitud entusiasta y sincera por las que se toman como propias, las necesidades de los demás y se pone empeño en conseguir el bien común con la misma intensidad con que se buscaría el propio.”²⁸

Surge de la necesidad de recibir apoyo y de sentirse aceptado por los demás.

Es un valor que nos ayuda a ser una mejor sociedad y que no solamente debe vivirse en casos de desastre y emergencia.

La solidaridad es la ayuda mutua que debe existir entre las personas, no porque se las conozca o sean nuestros amigos, simplemente porque

²⁶ Educando con valores.- Joaquín García.

²⁷ Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno.

²⁸ Educando con valores.- Joaquín García.

todos tenemos la necesidad de ayudar al prójimo y el derecho a recibir la ayuda de nuestros semejantes.

2.3.4.12 Irrespeto

Falta de respeto.

Irrespetamos nuestros sentimientos cuando no los valoramos, para cumplir con el mandato de no sentir o no expresar lo que sentimos, empleando muchas veces el rebusque como mecanismo de defensa. Entonces en lugar de expresar nuestras emociones las represamos, por el miedo a ser juzgados. Esto va a formar parte del sistema de creencias que incorpora mensajes en los primeros años de vida del niño, y que luego éste si los acepta, los convertirá en mandatos. Y así, obtendremos una gran gama de reprimidos.

2.3.4.13 Rencores

El rencor.- “El rencor es el resultado de mantener los resentimientos atesorados en nuestro interior, no sólo ignorándolos sino también alimentándolos cada día con racionalizaciones que los apoyan y justifican llegando por ultimo estos a convertirse en un gran odio, lo cual es la última etapa a la que el resentimiento puede llegar”.²⁹

²⁹ Caminos de la Vida.- Guía para el buen convivir

2.3.4.14 Envidia

“Tristeza o pesar del bien ajeno. **2.** Emulación, deseo de algo que no se posee”.³⁰

2.3.4.15 Odio

“Antipatía y avaricia hacia algo o hacia alguien cuyo mal se desea”.³¹

Existen pueblos y naciones hoy día donde el odio está tan arraigado en sus habitantes que los convierte en lo que se llamara una sociedad disfuncional. En estos países el odio es alimentado en la mente de los niños desde que nacen y a veces es también fomentado por personas con intereses egoístas, como son algunos políticos, vendedores de armas y países extranjeros, que sólo buscan el beneficio que este odio les puede brindar.

Con el pasar del tiempo el odio produce en estos pueblos un fenómeno sociológico en el cual los habitantes se separan en bandos extremistas que son totalmente dogmáticos y disociados de la realidad. Cada bando sólo acepta sus razones para odiar al otro cerrándose a cualquier posibilidad de dialogo produciéndose así las guerras interminables de las que oímos hablar cada día en las noticias pues en estas condiciones no

³⁰ Microsoft Encarta 2007.

³¹ Microsoft Encarta 2007

puede funcionar nunca un proceso de paz; por lo tanto diremos que el odio es un cáncer para la sociedad.

2.3.5 Ausencia de trabajo en equipo

2.3.5.1 Equipo de trabajo

“Dos o más personas (Policía-Comunidad-Administración local) que buscan un objetivo común y modo de satisfacer necesidades e interés colectivos, en un sistema de interacción cuya estructura e identidad dependen de la actuación de cada cual en la situación de los mismos”.³²

“El éxito o el fracaso en los negocios es resultado de si las personas pueden trabajar conjuntamente en forma eficaz en equipo.”³³

“No preguntes qué pueden hacer por ti tus compañeros de equipo. Pregunta lo que puedes hacer tú por ellos”.³⁴

Crear un equipo es el comienzo. Mantenerse unidos es un progreso.

Trabajar en equipo es un éxito.

Consiste en un pequeño número de personas con habilidades complementarias, comprometido con un propósito, objetivos de rendimiento y enfoque de lo que se consideran mutuamente responsables.

³² Módulo de estudio de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional.

³³ Pensamiento escrito por Margerison.- www.wikipedia.com

³⁴ Pensamiento escrito por Magic Jonson.- www.wikipedia.com

Por lo tanto diremos que el equipo es el grupo de personas de una organización, Institución o sociedad, que persiguen un mismo fin.

2.3.5.2 Trabajar en equipo

- 1 “Liderazgo compartido
- 2 Responsabilidad individual y mutua,
- 3 El Propósito es generado por el propio Equipo,
- 4 Productos de trabajo colectivo
- 5 Estimula discusiones sin restricciones e interactivas para Solución de problemas,
- 6 Mide el desempeño en forma directa,
- 7 Se discute, decide y trabajan en conjunto.

2.3.5.3 Perfil del equipo

- 1 Tienen roles compartidos
- 2 El producto del trabajo es colectivo
- 3 Estimula participación activa de todos para la solución de problemas
- 4 Mide el desempeño en base a los criterios de éxitos del proyecto del equipo
- 5 Se discute, decide y trabaja de manera mancomunada

2.3.5.4 Perfil de los miembros del equipo

- 1 Establecen relaciones satisfactorias
- 2 Son leales (a sí mismo y los demás)
- 3 Capacidad de autocrítica y critica constructiva
- 4 Alto sentido de responsabilidad
- 5 Autodeterminación, iniciativa y tenacidad
- 6 Deseos de superación

2.3.5.5 ¿Por qué triunfan los equipos?

- 1 Metas claras
- 2 Apoyo de la gerencia
- 3 Liderazgo efectivo
- 4 Involucramiento oportuno
- 5 Enfoque de equipo”³⁵

E trabajar en equipo se obtiene también como resultado diversos atributos considerados de “Alto Rendimiento” como son:

- 1 Liderazgo participativo, crea interdependencia dando fuerza, liberando y sirviendo a otros.
- 2 Responsabilidad compartida, establecen un estilo de trabajo en el que todos los miembros del equipo se sienten tan responsables como el gerente por la eficiencia del equipo.

³⁵ Liderazgo y trabajo en equipo.- Logrando resultados excepcionales.- Lic. Pablo Molina B.- Docente del ISTPN

- 3 Comunidad de propósito, todos tienen claro el por qué y el para qué de la existencia del equipo y sus funciones.
- 4 Buena comunicación, crean un clima de confianza y comunicación abierta y franca.
- 5 La mira en el futuro, para ver el cambio como una oportunidad de crecimiento.
- 6 Concentración en la tarea, se mantienen reuniones centradas en los objetivos (resultados) previstos.
- 7 Talentos creativos, los talentos y la creatividad individuales están al servicio del trabajo del equipo.
- 8 Respuesta rápida, en la identificación y aprovechamiento de las oportunidades.

2.3.5.6 Etapas en la formación de equipos

No existen reglas precisas en el que se defina la formación de equipos eficaces, no obstante, se ha establecido la utilidad de determinadas disposiciones

- 1 Los miembros del equipo deben estar convencidos del valor, significación y urgencia del propósito del equipo;
- 2 Se les debe seleccionar de acuerdo con las habilidades requeridas para el cumplimiento del propósito;

- 3 Un equipo debe contener la mezcla exacta de habilidades funcionales o técnicas, así como para la solución de problemas y toma de decisiones y, por supuesto, para las relaciones interpersonales;
- 4 Deben normarse con reglas de conducta grupal como: asistencia regular a las reuniones, confidencialidad, discusiones basadas en hechos y contribuciones de todos los miembros;
- 5 Deben identificarse las metas y tareas requeridas desde la misma etapa de formación del equipo;
- 6 Finalmente, los miembros deben alentarse entre sí por medio de reconocimientos, retroalimentación positiva y premios.

2.3.6 Falta de planificación

El mundo de los negocios es un mundo volátil, complejo, sin reglas, pero sobre todo es un mundo incierto. Ante estas características se necesitan herramientas para minimizar el riesgo y la planificación es una de ellas.

2.3.6.1 Planificación.-

"La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos"³⁶

³⁶ Jiménez C.W.- Introducción a la Teoría de la Administración.

Consiste en decidir con anticipación lo que hay que hacer, quién tiene que hacerlo, y cómo deberá hacerse, rige como puente entre el punto en que nos encontramos y aquel donde queremos ir. Es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. El plan establece lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado, es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas, proponiendo objetivos o metas y la elección de los medios más convenientes para alcanzarlos como son los planes y programas.

Esto implica además un proceso de toma de decisiones, un proceso de previsión (anticipación), visualización (representación del futuro deseado) así como también de predeterminación (tomar acciones para lograr el concepto de adivinar el futuro), por lo tanto diremos que Planificar supone reducir el riesgo de una determinada acción gracias a anticiparse a sus consecuencias, planificar supone minimizar el riesgo.

Además hay algo que toda organización debe hacer y es la de ordenar el trabajo que se va a desarrollar y este siempre debe obedecer a unos objetivos establecidos que previamente deben haber sido estipulados en la planificación.

Resumiendo podemos decir que la planificación es el ejercicio ejecutado con el fin de reducir el riesgo en la empresa y organizar los medios productivos de acorde con los objetivos buscados.

La planificación es algo esencial en el trabajo de un gestor ya que es la que le permitirá conseguir sus objetivos. Planificar supondrá crear una herramienta con la que conseguir objetivos, una herramienta que nos ayuda a obtener resultados. Si tuviésemos que hacer un símil de la planificación diríamos que es como la locomotora de un tren que arrastra las restantes actividades y si esta no estuviese en marcha el resto de vagones estarían parados.

Planificar supone analizar y estudiar los objetivos propuestos así como la forma en la que vamos a conseguirlos. Planificar es una herramienta de acción para decidir que vamos hacer y porque, supone crear un plan. Crear un plan tiene muchos beneficios pero sobre todo clarifica muchas dudas acerca del trabajo a realizar:

Define necesidad de recursos para conseguir objetivos

Clarifica las actividades y las dudas respecto a objetivos buscados.

Cuantifica los niveles de desempeño para tener éxito

Establece prioridades

Clarifica debilidades y fortalezas para conseguir objetivos

2.3.7 Grupos sociales que intervienen en la relación social comunicativa y sus expectativas para mejorar la comunicación con la policía comunitaria.

2.3.7.1 Grupos sociales

“Un grupo social, llamado también grupo orgánico, es el conjunto de personas que desempeñan roles recíprocos dentro de la sociedad. Este puede ser fácilmente identificado, tiene forma estructurada y es duradero. Las personas dentro de él actúan de acuerdo con unas mismas normas, valores y fines acordados y necesarios para el bien común del grupo”.³⁷

El distintivo identidad común o pertenencia es necesario y puede manifestarse en 'cultura semejante', no necesariamente igualdad en nivel económico; interactúan para un proyecto común o formando un subgrupo discordante, que eventualmente adquiere un carácter de controlador. La potencialidad de un grupo social es obviamente robusta porque además forman la trama de la sociedad o su negación como un partido opositor en el Parlamento o un peligro de destrucción como un subgrupo en el aula. Los líderes formales o informales son el punto fuerte de la trama de interacciones.

Cuando la adscripción a determinado grupo social está fuertemente determinada por criterios económicos y está fuertemente influida por la clase de la familia en que nace el individuo, el grupo social de los individuos se suele denominar clase social.

³⁷ “[http://wikipedia.org/wiki/Grupo social](http://wikipedia.org/wiki/Grupo_social)”

2.3.7.1.1 Descripción

Los grupos sociales son el principal componente de la estructura social, ya que es la primera estancia en la que se ponen en práctica los estatus y los roles. En los grupos sociales, las normas de interacción social se promulgan, se aprueban, se negocian. Estos grupos son dinámicos y requieren de características específicas para formarse como tales.

Todo grupo implica ventajas y valores para cada uno de sus miembros. Cuando las personas se dan cuenta de esto, de lo útil que es unirse con otras personas, se puede llegar a la creación de un grupo con ese fin deseado, lo cual después da origen a la asociación.

Estos se pueden dividir en diferentes clases de grupos:

1. Grupos primarios: la familia. Formada ante todo por la convivencia diaria.
2. Grupos secundarios: la escuela, el trabajo, los equipos deportivos y los grupos artísticos, entre otros. Formados sobre todo por intereses afines, proyectos claros, el libre acuerdo y cooperación.

2.3.7.1.2 Características:

Por más pequeño que sea el grupo, cada miembro desempeña un papel.

Dentro de un grupo hay contacto y comunicación entre sus miembros.

El grupo tiene sus normas y comportamientos que con el tiempo se convierten en costumbres.

El grupo posee ciertos intereses y valores que llegan a ser aceptados o rechazados por sus miembros.

A continuación se detallan los principales grupos sociales que intervienen en la relación social comunicativa de la Población y la Policía Comunitaria de la Parroquia Rural de Puenbo:

- 1 Autoridades.
- 2 Deporte.
- 3 Iglesia católica.
- 4 Transporte público.
- 5 Centros turísticos.
- 6 Comercio formal.
- 7 Comercio informal.
- 8 Delincuencia.
- 9 Población.
- 10 Centros Educativos.

2.3.7.2 Autoridad

“Hace referencia a la autoridad ejecutiva, legislativa o judicial con injerencia en asuntos comunitarios. Ejemplo: Alcaldía local, Intendencia de Policía, ect”.³⁸

2.3.7.3 Población

“Conjunto de personas que habitan la tierra o cualquier división geográfica de ella”.³⁹

2.3.7.4 Transporte público

“También denominado transporte de masas, es el servicio de transporte urbano y suburbano de pasajeros al que se accede mediante el pago de una tarifa fijada y que se lleva a cabo con servicios regulares establecidos en rutas señaladas, horarios establecidos y paradas específicas. Muchas ciudades de tamaño medio cuentan con sistemas de transporte rápido ferroviario. Por otro lado, las grandes ciudades, y por supuesto muchas pequeñas, disponen de autobuses o camiones, guaguas, colectivos, según las diferentes denominaciones para cubrir este servicio, además de transporte ferroviario ya sea subterráneo o de superficie.

Transporte masivo.- Servicio remunerado de transporte de personas en vehículos de uso público”.⁴⁰

³⁸ Módulo de estudio de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional.

³⁹ Módulo e estudios de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional

2.3.7.5 Comercio formal e informal (ilegal)

Comercio formal es considerado aquellos locales o establecimientos públicos o privados destinados a la comercialización de productos, bienes o servicios, que se encuentran autorizados para su funcionamiento, de conformidad a las Leyes y Reglamentos que rigen en nuestro Estado.

El comercio no estructurado o informal (ilegal) incluye a las personas que laboran en negocios y micro negocios comerciales que operan en locales o sitios sin la autorización de ninguna Autoridad, siendo lo opuesto al comercio formal.

Comercio.- Comercio, transporte de bienes desde un lugar a otro con el fin de intercambiarlos. En la antigüedad, el transporte de mercancías a larga distancia era caro y arriesgado, por lo tanto, el comercio se realizaba, generalmente, en mercados locales, siendo los bienes comercializados, fundamentalmente, alimentos y vestidos. Casi todo el mundo gastaba la mayor parte de sus recursos en alimentos, y lo que no producían ellos mismos lo obtenían comerciando. Lo mismo ocurría con los vestidos: la ropa se hacía en casa o se compraba. Además de alimentos, ropa y cobijo,

⁴⁰ Enciclopedia Encarta Online 2008

los grupos más ricos empleaban sus ingresos en atuendos vistosos, joyas y obras de arte, lo que provocó un importante comercio de bienes de lujo.

2.3.7.6 Delincuencia

“Conjunto de infracciones de fuerte incidencia social cometidas contra el orden público. Esta definición permite distinguir entre delincuencia (cuyo estudio, a partir de una definición dada de legalidad, considera la frecuencia y la naturaleza de los delitos cometidos) y criminología (que considera la personalidad, las motivaciones y las capacidades de reinserción del delincuente)”.⁴¹

2.3.7.7 Deporte

“Conjunto de actividades físicas que el ser humano realiza con intención lúdica o competitiva. Los deportes de competición, que se realizan bajo el respeto de códigos y reglamentos establecidos, implican la superación de un elemento, ya sea humano (el deportista o equipo rival) o físico (la distancia, el tiempo, obstáculos naturales). Considerado en la antigüedad como una actividad lúdica que redundaba en una mejor salud, el deporte empezó a profesionalizarse durante el siglo XX”.⁴²

Aunque resulta difícil clasificar todas las disciplinas deportivas que a su vez pueden tener varias modalidades, generalmente se enumeran seis tipos de

⁴¹ Enciclopedia Encarta Online 2008.

⁴² Enciclopedia Encarta Online 2008.g

deporte: **atléticos**: por ejemplo, atletismo, gimnasia, halterofilia, natación y ciclismo; **combate**: boxeo, lucha libre, esgrima, yudo, kárate y otras artes marciales; **de pelota**: fútbol, fútbol americano, rugby, baloncesto, balonmano, voleibol, tenis, tenis de mesa, waterpolo, squash, béisbol y pelota vasca; **motor** :automovilismo, motociclismo, motocross; **de deslizamiento**: esquí, bobsleigh, trineo, patinaje sobre hielo y **náuticos o de navegación**: vela, esquí acuático, surf, windsurf, remo, piragüismo.

No obstante, ésta es sólo una de las muchas tipologías válidas que se puede efectuar. Otras más generales serían, por ejemplo, las que distinguen entre deportes individuales y de equipo, o entre deportes de verano y de invierno. También existen modalidades deportivas en el límite con la aventura (los denominados deportes de riesgo), las que se enmarcan en el puro juego (billar, bolos) y las relacionadas con la inteligencia (como el ajedrez).

2.3.7.8 Iglesia católica

Iglesia católica apostólica romana, denominación de la iglesia cristiana de mayor importancia e implantación en el mundo. En cuestiones de fe, sus componentes reconocen la autoridad suprema del obispo de Roma, el papa. La palabra católico (del griego *katholikos*, 'universal') se utiliza para designar a esta Iglesia desde su periodo más temprano, cuando era la

única cristiana. Gracias a una sucesión episcopal ininterrumpida desde san Pedro hasta nuestros días, la Iglesia católica apostólica romana se considera a sí misma la única heredera legítima de la misión que Jesucristo encomendó a los doce apóstoles así como de los poderes que les otorgó. Ha ejercido una profunda influencia en la cultura europea y en la difusión de los valores de ésta en otras culturas. Tiene gran importancia numérica en Europa y América Latina, aunque también es considerable su influencia en otras partes del mundo. Al comenzar el siglo XXI, contaba con 1.083 millones de seguidores (un 17% de la población mundial).

2.3.7.9 Turismo

Actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas-agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos) como las compras son entradas importantes para el sector del turismo.

2.3.7.10 Expectativas para mejorar la comunicación con la policía comunitaria

GRUPOS SOCIALES	EXPECTATIVAS O INTERESES
Policía	Crear acercamiento a la sociedad
Autoridades	Mantener la paz en la comunidad
Clubes Deportivos	Mantener lazos de amistad
La Iglesia Católica	Fortalecer a convivencia de la población
Transporte público	Capacitación por parte de la Policía en diferentes áreas
Centros de Recreación Turísticos	Se intensifique la presencia policial
Comerciantes formales	Que se acentúe la seguridad a los locales comerciales
Negocios informales (ilegales)	Que no exista control
Delincuencia	Que no existan patrullajes
Comunidad	Personal policial mejor capacitado
Centros educativos	Que se intensifique los patrullajes en los centros educativos al ingreso y salida

2.3.8 Hasta que punto influye la falta de comunicación Policía – Comunidad

Se debe tomar en consideración que ésta recae en dos puntos importantes que afectaría a la Institución Policial y a la población como son:

1. Incremento de riesgos sociales, e;
2. Insatisfacción en la sociedad.

2.3.8.1 Riesgos sociales

Es el riesgo que tiene su origen en factores sociales. Muchas veces se habla de riesgos psicosociales dada la íntima unión entre lo social y lo psicológico.

Respecto de los riesgos psicosociales que afectan al individuo se puede señalar:

- 1 Aquellos que se originan en la circunstancia social y llegan al individuo mediado por los sentidos;
- 2 Aquellos que actúan de acuerdo a características individuales (físicas, psíquicas y espirituales); y
- 3 Aquellos desencadenan mecanismos y reacciones fisiológicas, psicológicas y sociales que pueden tener variadas consecuencias.

Esta esquematización puede ser utilizada para el caso del riesgo que afecta a la familia.

Por lo expuesto, es posible señalar que los riesgos sociales que afectan a la familia pueden encontrarse radicados en uno o más de sus miembros, en la familia como un todo o en el medio social más amplio en el que se encuentra inserta. En base a esta esquematización, nos adentraremos algo en los principales riesgos de tipo social que vemos para la familia chilena actual.

También hay que considerar que las alteraciones de la familia pueden generar graves riesgos para sus miembros o para la sociedad; es decir, que la misma familia puede ser un factor de riesgo social.

Riesgo.- El Diccionario de la Real Academia Española define el riesgo de la siguiente manera: Contingencia o proximidad de un daño; Petit Robert como peligro eventual más o menos previsible; el diccionario Scribner Bantam así: Posibilidad de pérdida o daño; peligro. El primero lo hace a partir de la palabra latina *resicare*, cortar, y los dos últimos de la palabra italiana *risco*, procedente de la misma latina.

Nosotros emplearemos el término en uso epidemiológico que apunta a la probabilidad de que un evento o acontecimiento, en general no favorable, tenga lugar.

Social.- De igual manera el Diccionario de la Real Academia Española define lo social como lo Perteneiente o relativo a la sociedad o a las contiendas entre una y otras clases y en su segunda acepción como: Perteneiente o relativo a una compañía o sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados. El Diccionario de Psicología de Drever da la siguiente definición: Usado en referencia a la relación de un individuo con los demás de la misma especie; o con agregados de

individuos que forman un grupo más o menos organizado; también a las tendencias o impulsos que conciernen a los otros.

En general, lo social va íntimamente unido a lo psicológico hablándose entonces de lo psicosocial, que Drever define como: término aplicado a los fenómenos en el individuo que tienen una significación o relevancia social en su origen o en su resultado y el Petit Robert como lo que se relaciona con la psicología humana en la vida social.

2.3.8.2 Insatisfacción en la sociedad

2.3.8.3 Insatisfacción

1.- “Sentimiento de malestar o disgusto que se tiene cuando no se colma un deseo o no se cubre una necesidad. 2.- Cosa que provoca malestar o disgusto”.⁴³

Con esta definición podemos mencionar, que insatisfacción de la sociedad son los actos que provocan malestar o disgusto a un grupo de personas, las mismas que son a causa o efecto, suceso de las actitudes de otra persona o grupo.

2.4 Fundamentación legal

⁴³ Diccionario Manual de la Lengua Española.- Larousse Editorial S.L.

“La Nueva Constitución 2008, de la República del Ecuador

Capítulo II

Derechos del Buen Convivir.

....

Art. 16 Todas las personas en forma individual o colectiva tienen derecho a:
Una comunicación libre, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Art. 66 El derecho a participar en la vida cultural de la comunidad.

Art. 83 Promover al bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen convivir.

Art. 384 El Sistema de Comunicación Social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecerá la participación ciudadana”.⁴⁴

“Ley Orgánica de la Policía Nacional

Art. 2.- La Policía Nacional es una Institución profesional y técnica, depende del Ministerio de Gobierno, con personería jurídica, autonomía

⁴⁴ La Nueva Constitución 2008, de la república del Ecuador.

administrativa y financiera, organizada bajo el sistema jerárquico disciplinario, centralizada y única. Tiene por misión fundamental garantizar el orden interno y la seguridad individual y social.

Art. 54.- La Dirección Nacional de Servicio Urbano y Rural es la encargada de organizar el patrullaje de control y seguridad en las ciudades y más centros urbanos del país, así como la vigilancia en los sectores rurales por medio de patrullas que recorrerán los campos, caminos y demás localidades del territorio de las respectivas jurisdicciones. Para el cumplimiento de sus funciones, los servicios urbano y rural contarán con el apoyo de todos los demás servicios policiales”.⁴⁵

.....

2.5 Descripción de variables independientes y dependientes.

La declaración de las variables se generan en base a los objetivos específicos:

- 1 Conocer los factores que han generado una inadecuada comunicación entre la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puembo.

Variable independiente: Factores de comunicación.

Variable dependiente: Inadecuada comunicación.

⁴⁵ Ley Orgánica de la Policía Nacional

- 2 Identificar los grupos sociales que intervienen en la relación social comunicativa entre la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo y cuales son sus expectativas para mejorar la comunicación con el elemento policial.

Variable independiente: Grupos sociales.
Las expectativas de mejoramiento.

Variable dependiente: Expectativas para la mejora de la comunicación entre la Comunidad y la Policía Comunitaria.

- 3 Saber hasta que punto influye la falta de comunicación (Población civil – Policía) en la convivencia pacífica de la parroquia Rural de Puenbo.

Variable independiente: Falta de comunicación.

Variable dependiente: Nivel de convivencia.

- 4 Conocer como es la integración social entre la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo y si existe o no coordinación entre los dos grupos humanos.

Variable independiente: Integración social.
Coordinación entre los dos grupos.

Variable dependiente: Nivel de convivencia.

2.5.1 Caracterización de las variables

Las variables encontradas en la presente investigación son de tipo independientes y dependientes:

PROBLEMA	VARIABLE DEPENDIENTE (CAUSA)	VARIABLE DEPENDIENTE (EFECTO)
Falta de comunicación Comunidad-Policía	Mala imagen institucional	Desprestigio
	No hay convivencia ciudadana	Distanciamiento
	Ausencia de trabajo en equipo	Deficiencia
	Falta de planificación	Desorganización

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la Investigación

3.1.1 Metodológico

Exploratorio.- Este tipo de investigación nos permitirá darnos una visión general de tipo aproximado de la realidad antes mencionada. La Relación Social Comunicativa no se ha investigado en la parroquia Rural de Puenbo, por tal razón se explorará a dicho público para obtener datos verídicos en los cuales esta investigación se basará.

Explicativo.- Se centra en determinar los orígenes o causas de un determinado conjunto de fenómenos, donde el objetivo es conocer por que se dan estos hechos, en la presente investigación consiste en explicar con datos la Relación Social Comunicativa de la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puembo.

3.1.2 Unidad de Análisis

El universo de trabajo está enfocado de la siguiente manera:

Geográfico: Nororiente de Quito, parroquia Rural de Puembo.- Sectores céntrico de Puembo, barrios Mangahuantag, Chiche y San José.

Sexo: Masculino y Femenino.

Edad: 15 a 60 años.

Educación: Primaria, Secundaria y Superior.

Nivel Socio Económico: Alto, Medio y Bajo.

3.1.3 Prácticos

Es claro que en la Policía Comunitaria y Población de la parroquia Rural de Puembo existe la conceptualidad que la relación social comunicativa se refiere únicamente buen trato; sin embargo esta ligada a la teoría de la acción comunicativa, es decir tiene que ver con el lenguaje, la relación interpersonal en el que los actores buscan entenderse sobre una situación de

acción para poder coordinar de común acuerdo sus planes de acción y ejecutarlos de manera mutua para alcanzar un solo objetivo.

Por tal razón el tema de investigación es importante tanto de orden social como Institucional, pues permitirá conocer a los dos grupos humanos, la magnitud de la relación social comunicativa existente, para de esta manera mejorar o buscar correctivos necesarios de las ventajas o desventajas encontradas en la investigación, que como único fin será buscar el acercamiento de la policía a la comunidad y viceversa.

3.1.4 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Factores de comunicación.	Nivel de comunicación	Comunicación: Existentes Comunicación media Falta de comunicación
Grupos sociales agrupados	Nivel de convivencia	Grupos sociales: Existen Medio No existen
Las expectativas de mejoramiento	Nivel de convivencia	Expectativas: Existen

		Medio No existen
Falta de comunicación	Nivel de comunicación	Comunicación Existen Medio No existen
Integración social	Nivel de convivencia	Integración social: Existe Medio No existe
Coordinación entre los dos grupos	Nivel de convivencia	Nivel de convivencia: Existe Medio No existe

3.1.5 Técnicas

3.1.5.1 Fuentes

Se utilizarán las siguientes fuentes de recolección de datos:

- a) Entrevistas a personal calificado que estén al tanto del tema tratado en la investigación “Comunicación”.

- b) Entrevistas a los moradores de la Parroquia Rural de Puenbo. Esta investigación de campo será realizada de la siguiente manera:

3.1.5.2 Forma de capturar información:

Verbal: Es cuando se manifiesta información mediante la opinión verbal al encuestador, sin que este, modifique las respuestas.

3.1.5.3 Forma de realizarlas:

Dirigida: Las encuestas dirigidas van induciendo las opiniones del entrevistado hacia temas concretos para el investigador. No se debe confundir inducir con manipular.

3.1.5.4 Por el universo que abarcan:

Individuales: Son encuestas que se van realizando de uno en uno. Véase en Anexo 2, Formato de Entrevista.

Dentro de la realización de las entrevistas se pretende determinar que existen personas que, según su criterio, podrían identificar las causas y efectos que producen la inadecuada comunicación. Tomando en cuenta este punto, se seleccionará a 100 personas de diferentes sexos y edades para la realización de la entrevista.

Los elementos a utilizarse son: Entrevista, fotografías, gráficos demostrativos (pasteles barras).

3.1.6. Resultado de las encuestas realizadas

Preguntas:

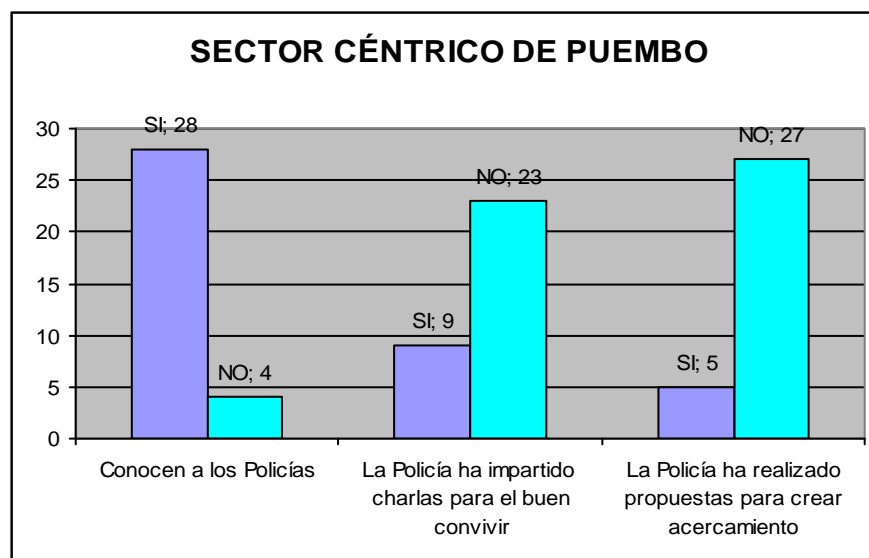
- 1).- ¿Conoce Usted a los Policías Comunitarios de su sector?
- 3).- ¿La Policía Comunitaria de su sector ha impartido charlas relacionado con temas importantes que aporten al buen convivir de la ciudadanía?
- 4).- ¿La Policía Comunitaria de su sector ha realizado alguna propuesta para crear acercamiento a la ciudadanía?

Resultado de la encuesta realizada en el sector céntrico de Puenbo.

Tabla Nro. 1

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.-	Conocen a los Policías	16	2	12	2	28	4
3.-	La Policía ha impartido charlas para el buen convivir	3	15	6	8	9	23
4.-	La Policía ha realizado propuestas para crear acercamiento	1	17	4	10	5	27

Gráfico Nro. 1



Conclusión

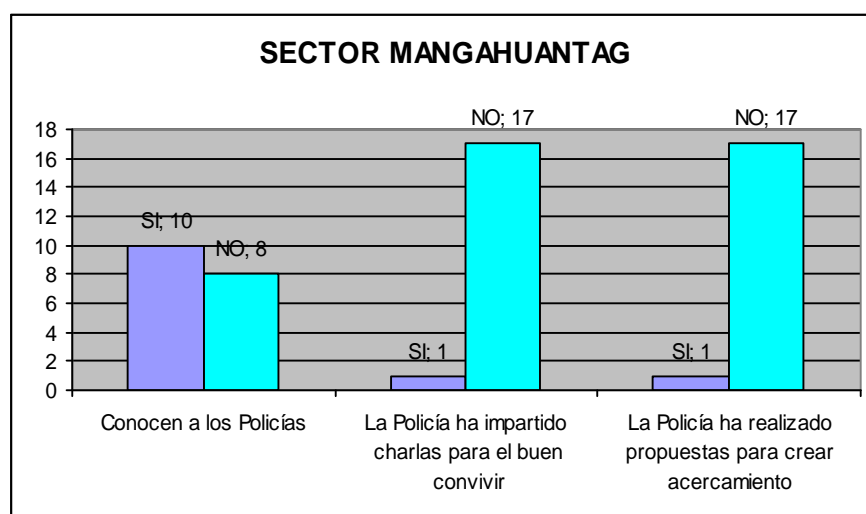
- En el sector céntrico de Puembo de 32 muestras tomadas, 28 conocen a los efectivos policiales y 04 personas no les conocen.
- De 32 muestras tomadas 09 afirman haber recibido charlas por parte de la Policía Comunitaria y 23 no han recibido.
- De 32 muestras tomadas 05 afirman que la Policía Comunitaria ha realizado propuesta para crear acercamiento y 27 expresan que no han recibido ninguna propuesta.

Resultado de la encuesta realizada en el sector de Mangahuantag.

Tabla Nro. 2

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.-	Conocen a los Policías	6	5	4	3	10	8
3.-	La Policía ha impartido charlas para el buen convivir	0	11	1	6	1	17
4.-	La Policía ha realizado propuestas para crear acercamiento	0	11	1	6	1	17

Gráfico Nro. 2



Conclusión

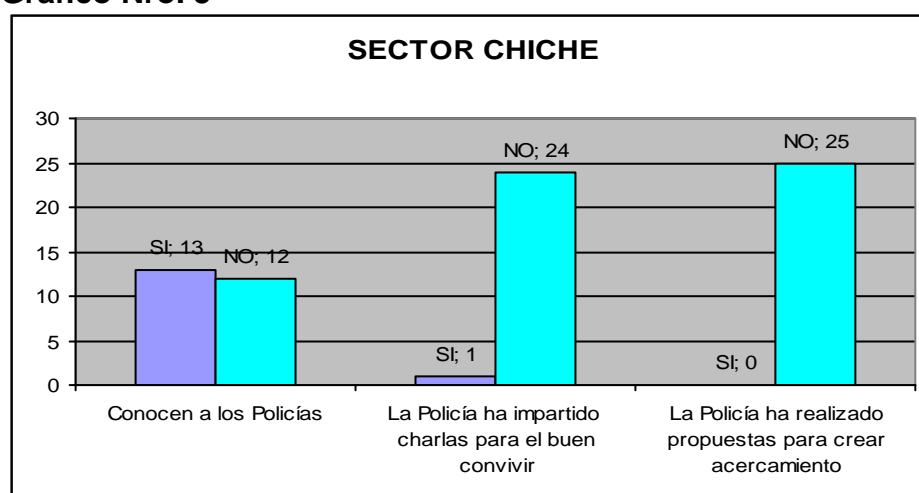
- En el barrio Mangahuantag, de 18 muestras tomadas, 10 conocen a los efectivos policiales, 08 no conocen.
- De 18 muestras tomadas 01 persona afirma haber recibido charlas por parte de la Policía Comunitaria y 17 no han recibido.
- De 18 muestras tomadas 01 persona afirma que la Policía Comunitaria ha realizado propuesta para crear acercamiento y 17 expresan que no han recibido ninguna propuesta.

Resultado de la encuesta realizada en el sector de Chiche.

Tabla Nro. 3

NRO.	PREGUNTAS	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.-	Conocen a los Policías	5	4	8	8	13	12
3.-	La Policía ha impartido charlas para el buen convivir	0	9	1	15	1	24
4.-	La Policía ha realizado propuestas para crear acercamiento	0	9	0	16	0	25

Gráfico Nro. 3



Conclusión

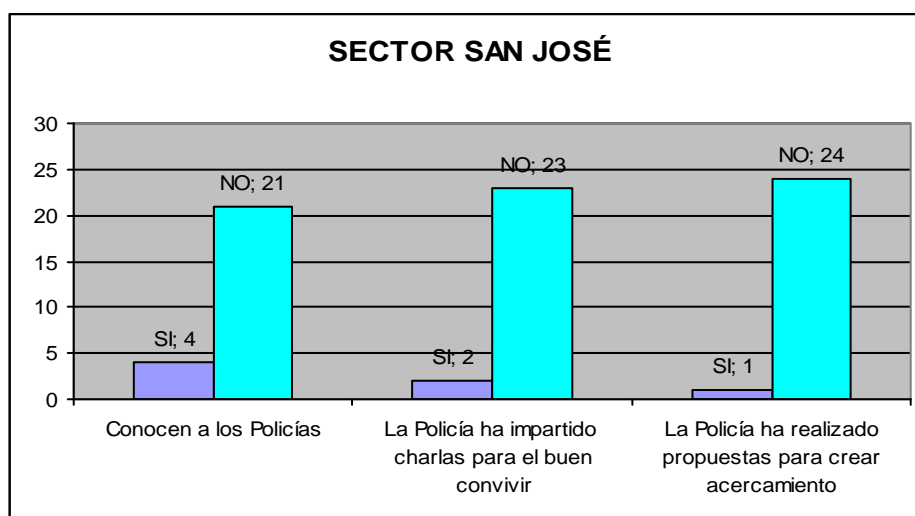
- En el barrio Chiche, de 25 muestras tomadas, 13 conocen a los efectivos policiales, 12 no conocen.
- De 25 muestras tomadas 01 afirma haber recibido charlas por parte de la Policía Comunitaria y 24 no han recibido.
- De 25 muestras tomadas no existen personas que afirma que la Policía Comunitaria ha realizado propuesta para crear acercamiento y 25 expresan que no han recibido ninguna propuesta.

Resultado de la encuesta realizada en el sector de San José.

Tabla Nro. 4

NRO.	PREGUNTAS	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.-	Conocen a los Policías	2	11	2	10	4	21
3.-	La Policía ha impartido charlas para el buen convivir	0	13	2	10	2	23
4.-	La Policía ha realizado propuestas para crear acercamiento	0	13	1	11	1	24

Gráfico Nro. 4



Conclusión

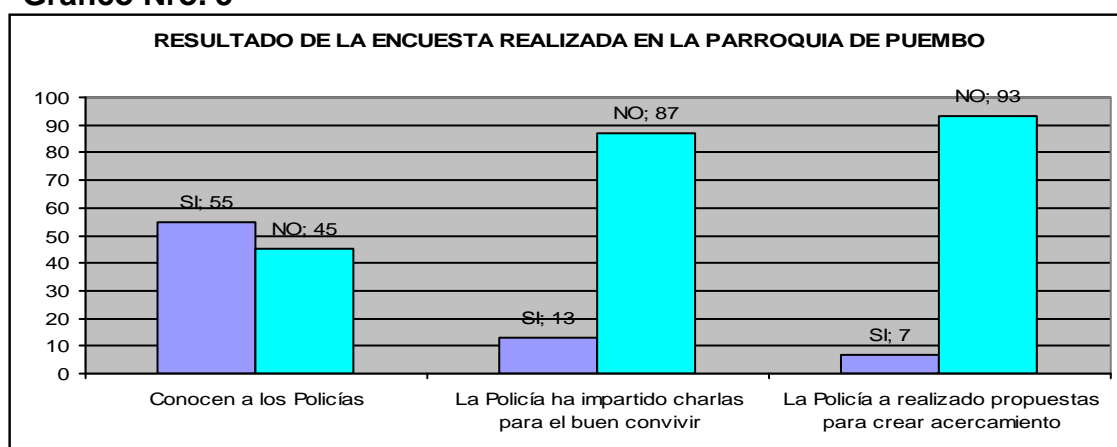
- En el barrio San José, de 25 muestras tomadas, 04 conocen a los efectivos policiales, 21 no conocen.
- De 25 muestras tomadas 02 afirma haber recibido charlas por parte de la Policía Comunitaria y 23 no han recibido.
- De 25 muestras tomadas 01 persona afirma que la Policía Comunitaria ha realizado propuesta para crear acercamiento y 24 expresan que no han recibido ninguna propuesta.

Resultado de la encuesta realizada en la Parroquia Puenbo.

Tabla Nro. 5

NRO.	PREGUNTAS	TOTAL	
		SI	NO
1.-	Conocen a los Policías	55	45
3.-	La Policía ha impartido charlas para el buen convivir	13	87
4.-	La Policía a realizado propuestas para crear acercamiento	7	93

Gráfico Nro. 5



Conclusión

- En la parroquia Puenbo, de 100 muestras tomadas, 55 conocen a los efectivos policiales, mientras que 45 personas no les conocen.
- De 100 muestras tomadas 13 personas afirma haber recibido charlas por parte de la Policía Comunitaria y 87 personas responden que no han recibido.
- De 100 muestras tomadas 07 personas afirma que la Policía Comunitaria ha realizado propuesta para crear acercamiento y 93 expresan que no han recibido ninguna propuesta.

Preguntas.

2).- ¿Con que frecuencia ha visitado la Policía Comunitaria su barrio o domicilio y sobre que tema han tratado?

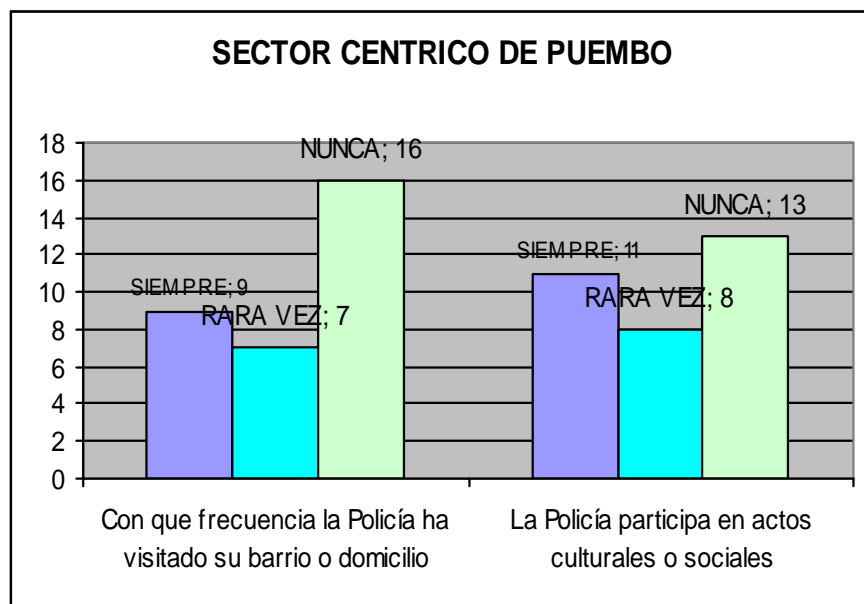
6).- ¿La Policía Comunitaria participa en actos culturales o sociales?

Resultado de la encuesta realizada en el sector céntrico de Puenbo.

Tabla Nro. 6

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA
2.-	Con que frecuencia la Policía ha visitado su barrio o domicilio	5	3	10	4	4	6	9	7	16
6.-	La Policía participa en actos culturales o sociales	4	4	10	7	4	3	11	8	13

Gráfico Nro. 6



Conclusión

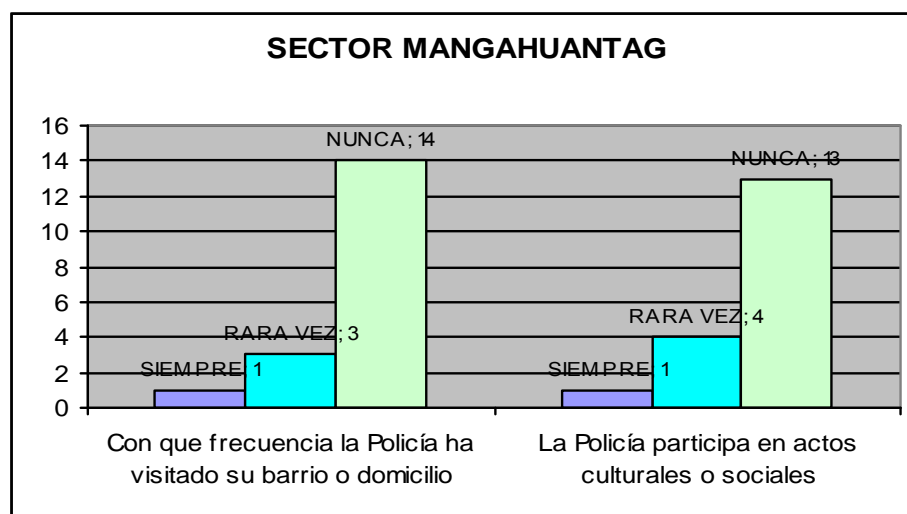
- En el sector céntrico de Puenbo, de 32 muestras tomadas, 09 manifiestan que la Policía visita siempre su domicilio, 07 la Policía los visita rara vez y 18 expresan que nunca les visitan.
- En el sector céntrico de Puenbo, de 32 muestras tomadas, 11 manifiestan que la Policía participa siempre en actos sociales y culturales, 08 expresan que la Policía participa rara vez y 13 personas que la Policía nunca participa en este tipo de eventos.

Resultado de la encuesta realizada en el sector de Mangahuantag.

Tabla Nro. 7

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA
2.-	Con que frecuencia la Policía ha visitado su barrio o domicilio	0	1	10	1	2	4	1	3	14
6.-	La Policía participa en actos culturales o sociales	0	2	9	1	2	4	1	4	13

Gráfico Nro. 7



Conclusión

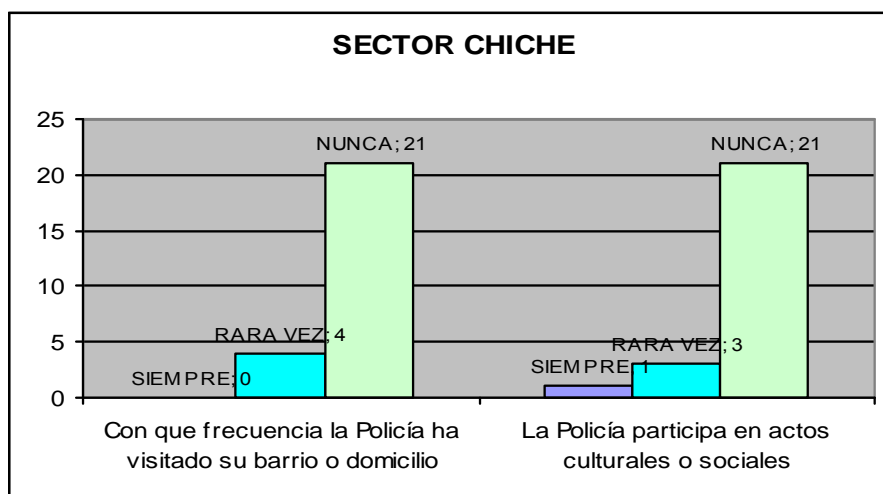
- En el barrio Mangahuantag, de 18 muestras tomadas, 01 manifiesta que la Policía visita siempre su domicilio, 03 la Policía los visita rara vez y 14 expresan que nunca les visitan.
- En el barrio Mangahuantag, de 18 muestras tomadas, 01 manifiesta que la Policía participa siempre en actos sociales y culturales, 04 expresan que la Policía participa rara vez y 13 personas que la Policía nunca participa en este tipo de eventos.

Resultado de la encuesta realizada en el sector de Chiche.

Tabla Nro. 8

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA
2.-	Con que frecuencia la Policía ha visitado su barrio o domicilio	0	2	7	0	2	14	0	4	21
6.-	La Policía participa en actos culturales o sociales	0	1	8	1	2	13	1	3	21

Gráfico Nro. 8



Conclusión

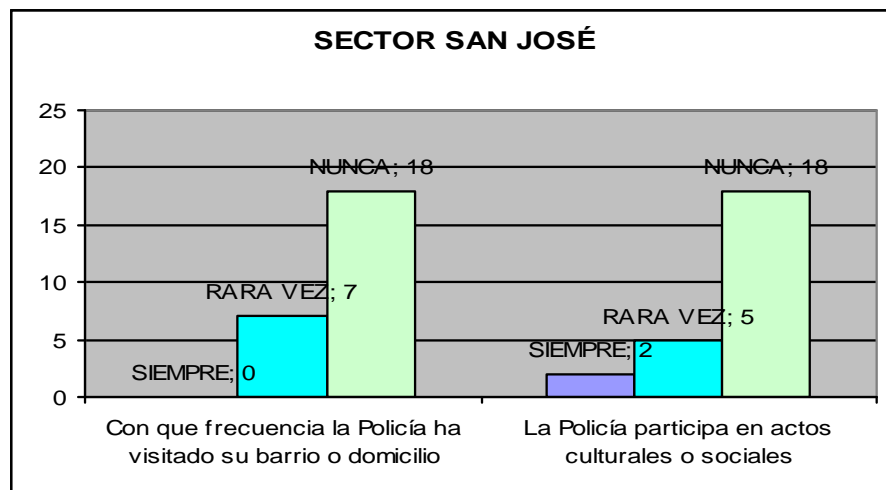
- En el barrio Chiche, de 25 muestras tomadas, ninguna persona manifiesta que la Policía visita su domicilio, 04 la Policía los visita rara vez y 21 expresan que nunca les visitan.
- En el barrio Chiche, de 25 muestras tomadas, 01 manifiesta que la Policía participa siempre en actos sociales y culturales, 03 expresan que la Policía participa rara vez y 21 personas que la Policía nunca participa en este tipo de eventos.

Resultado de la encuesta realizada en el sector de San José.

Tabla Nro. 9

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA
2.-	Con que frecuencia la Policía ha visitado su barrio o domicilio	0	3	10	0	4	8	0	7	18
6.-	La Policía participa en actos culturales o sociales	0	3	10	2	2	8	2	5	18

Gráfico Nro. 9



Conclusión

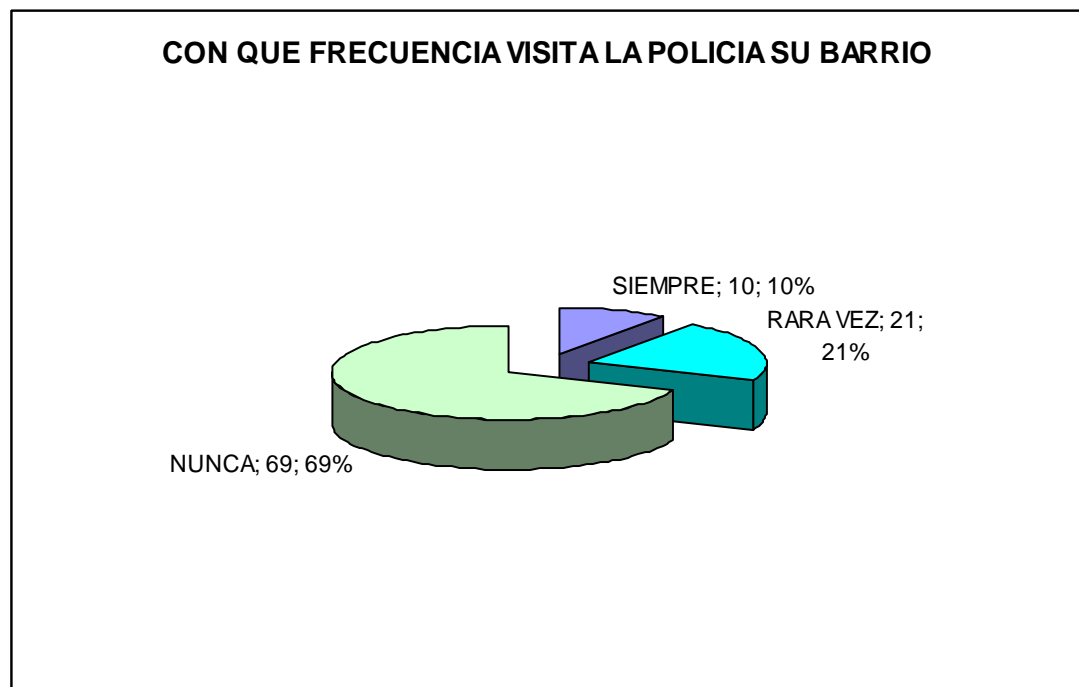
- En el barrio San José, de 25 muestras tomadas, ninguna persona manifiesta que la Policía visita su domicilio, 07 la Policía los visita rara vez y 18 expresan que nunca les visitan.
- En el barrio San José, de 25 muestras tomadas, 02 manifiestan que la Policía participa siempre en actos sociales y culturales, 05 expresan que la Policía participa rara vez y 18 personas que la Policía nunca participa en este tipo de eventos.

Resultado de la encuesta realizada en la Parroquia Puenbo.

Tabla Nro. 10

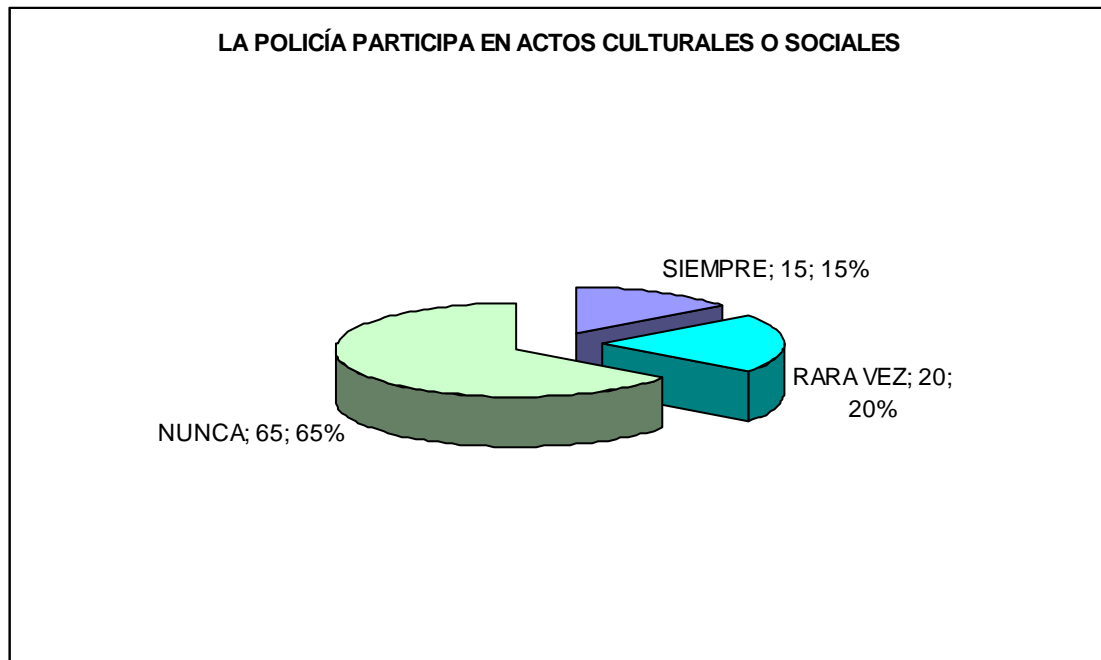
NRO.	PREGUNTA	TOTAL		
		SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA
2.-	Con que frecuencia la Policía ha visitado su barrio o domicilio	10	21	69
6.-	La Policía participa en actos culturales o sociales	15	20	65

Gráfico Nro. 10



Conclusiones

En la parroquia Puenbo, de 100 muestras tomadas, 10 personas manifiesta que la Policía siempre visita su domicilio, 21 personas expresan que la Policía Comunitaria de Puenbo les visita rara vez y 69 expresan que nunca les visitan.

Gráfico Nro. 12

Conclusiones

En la parroquia Puembo, de 100 muestras tomadas, 15 personas manifiestan que la Policía participa siempre en actos sociales y culturales, mientras que 20 expresan que la Policía Comunitaria de Puembo participa rara vez y 65 personas aducen que la Policía nunca participa en este tipo de eventos.

Pregunta.

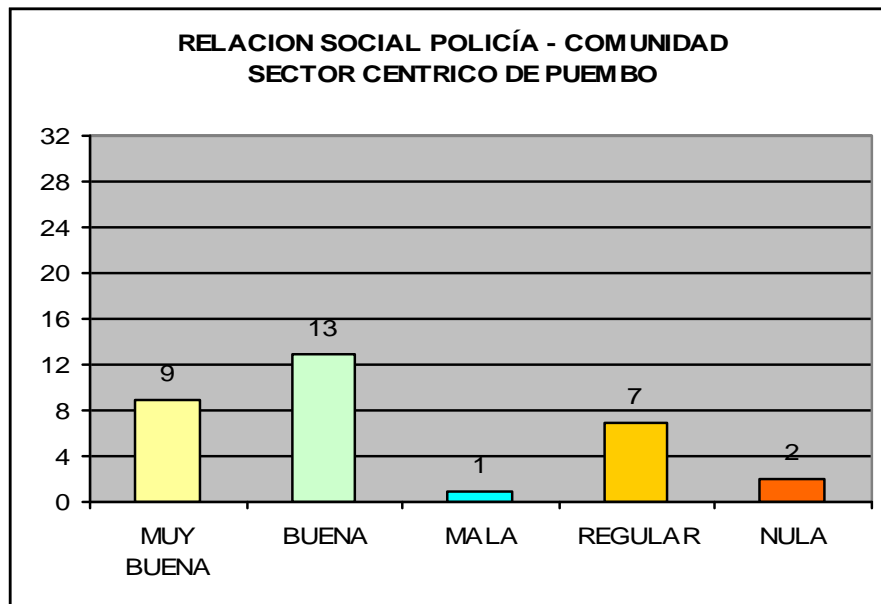
5).- ¿Durante el año 2008 la relación social comunicativa entre la Población y la Policía Comunitaria ha sido?

Resultado de la encuesta realizada en el sector céntrico de Puenbo.

Tabla Nro. 11

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO					MASCULINO					TOTAL				
		MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA
5.-	Como es la relación social Población - Policía	3	9	0	4	2	6	4	1	3	0	9	13	1	7	2

Gráfico Nro. 13



Conclusión

- En el sector céntrico de Puenbo, de 32 muestras tomadas, 09 expresan que la relación social comunicativa es muy buena.

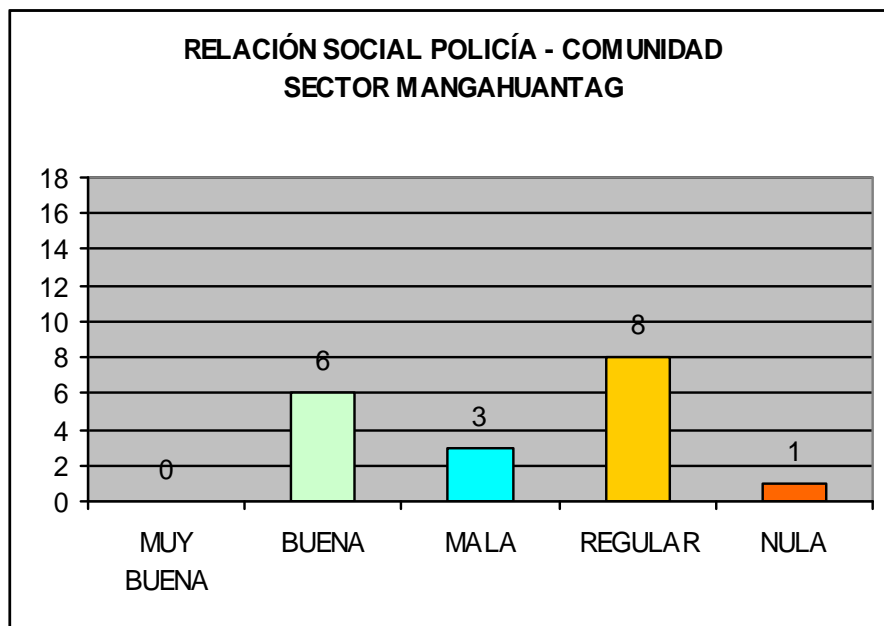
- De 32 muestras tomadas 13 afirma que la relación social comunicativa es buena.
- De 32 muestras tomadas 01 afirma que la relación social comunicativa es mala.
- De 32 muestras tomadas 07 afirma que la relación social comunicativa es regular.
- De 32 muestras tomadas 02 afirman que la relación social comunicativa es nula.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Mangahuantag.

Tabla Nro. 12

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO					MASCULINO					TOTAL				
		MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA
5.-	Como es la relación social Población - Policía	0	4	1	6	0	0	2	2	2	1	0	6	3	8	1

Gráfico Nro. 14



Conclusión

- En el barrio Mangahuantag, de 18 muestras tomadas, hay ausencia de relación social comunicativa muy buena.
- De 18 muestras tomadas 06 afirma que la relación social comunicativa es buena.

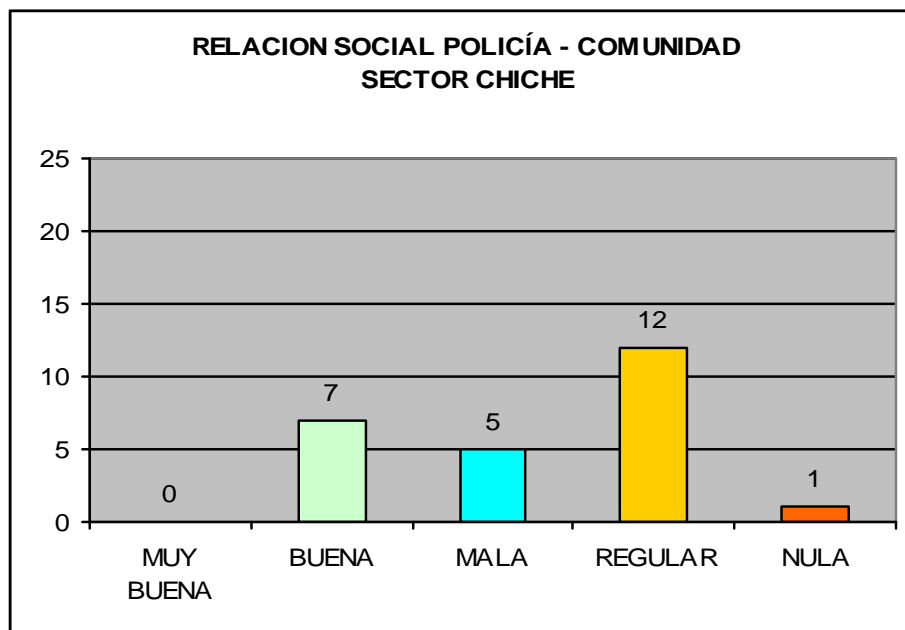
- De 18 muestras tomadas 03 afirman que la relación social comunicativa es mala.
- De 18 muestras tomadas 18 afirma que la relación social comunicativa es regular.
- De 18 muestras tomadas 01 afirma que la relación social comunicativa es nula.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Chiche.

Tabla Nro. 13

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO					MASCULINO					TOTAL				
		MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULLA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULLA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULLA
5.-	Como es la relación social Población - Policía	0	2	1	5	1	0	5	4	7	0	0	7	5	12	1

Gráfico Nro. 15



Conclusión

- En el barrio Chiche, de 25 muestras tomadas, hay ausencia de relación social comunicativa muy buena.
- De 25 muestras tomadas 07 afirma que la relación social comunicativa es buena.

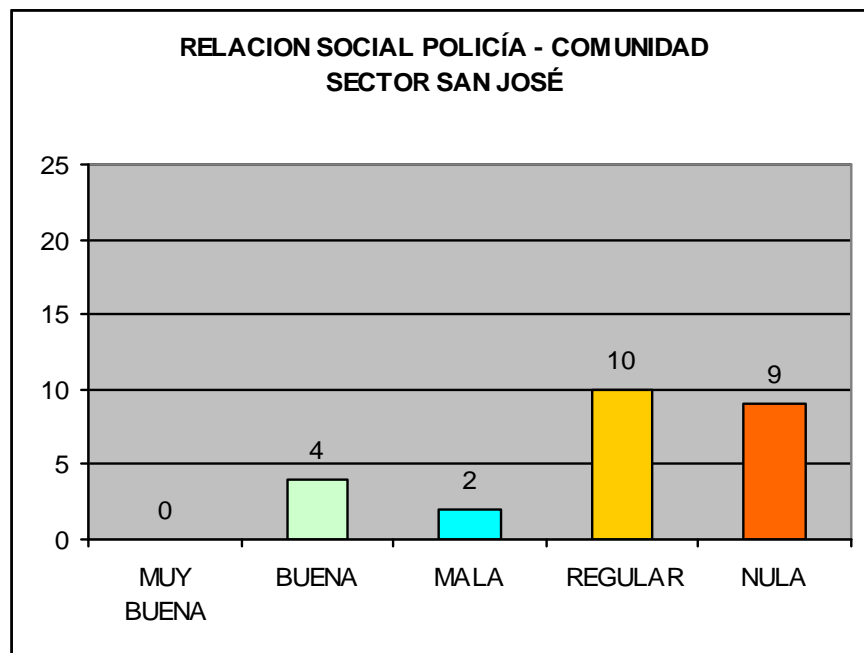
- De 25 muestras tomadas 05 afirman que la relación social comunicativa es mala.
- De 25 muestras tomadas 12 afirma que la relación social comunicativa es regular.
- De 25 muestras tomadas 01 afirma que la relación social comunicativa es nula.

Resultado de la encuesta realizada en el sector San José.

Tabla Nro. 14

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO					MASCULINO					TOTAL				
		MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA	MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA
5.-	Como es la relación social Población - Policía	0	1	0	7	5	0	3	2	3	4	0	4	2	10	9

Gráfico Nro. 16



Conclusión

- En el barrio San José, de 25 muestras tomadas, hay ausencia de relación social comunicativa muy buena.
- De 25 muestras tomadas 04 afirma que la relación social comunicativa es buena.

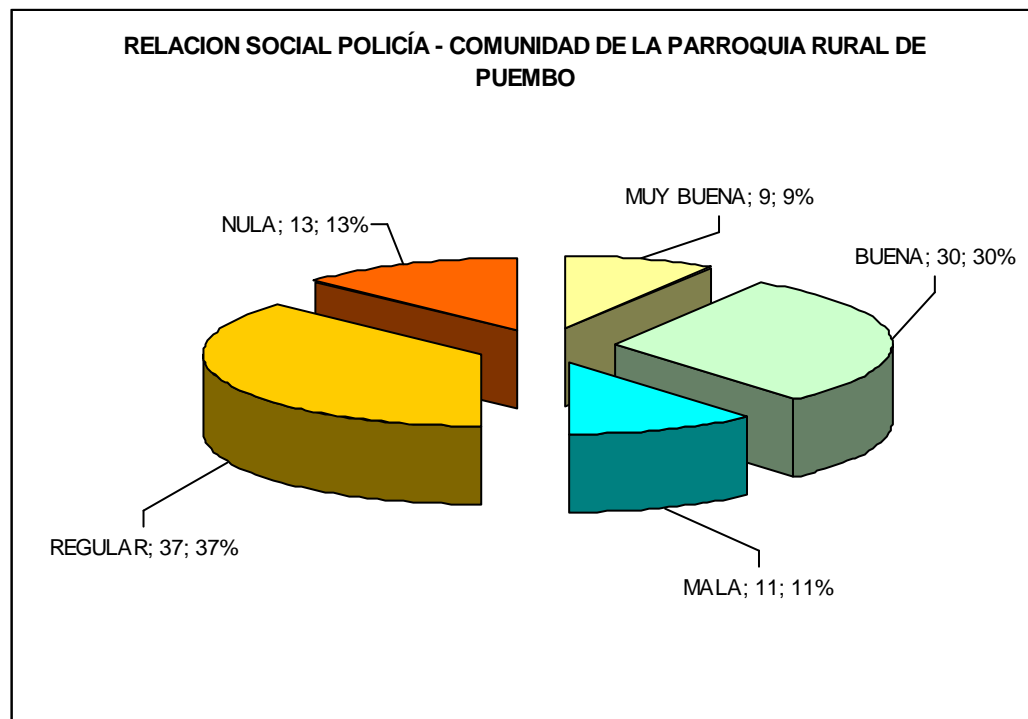
- De 25 muestras tomadas 02 afirman que la relación social comunicativa es mala.
- De 25 muestras tomadas 10 afirma que la relación social comunicativa es regular.
- De 25 muestras tomadas 09 afirman que la relación social comunicativa es nula.

Resultado de la encuesta realizada en la Parroquia Puenbo.

Tabla Nro. 15

NRO.	PREGUNTA	TOTAL				
		MUY BUENA	BUENA	MALA	REGULAR	NULA
5.-	Como es la relación social Población - Policía	9	30	11	37	13

Gráfico Nro. 17



Conclusión

- En la parroquia Puenbo, de 100 muestras tomadas, 09 expresan que la de relación social comunicativa es muy buena.
- De 100 muestras tomadas 30 afirma que la relación social comunicativa es buena.

- De 100 muestras tomadas 06 afirman que la relación social comunicativa es mala.
- De 100 muestras tomadas 24 afirma que la relación social comunicativa es regular.
- De 100 muestras tomadas 08 afirman que la relación social comunicativa es nula.

Por lo tanto se concluye que la relación social comunicativa Sociedad-Policía en la parroquia Rural de Puenbo es buena.

Pregunta.

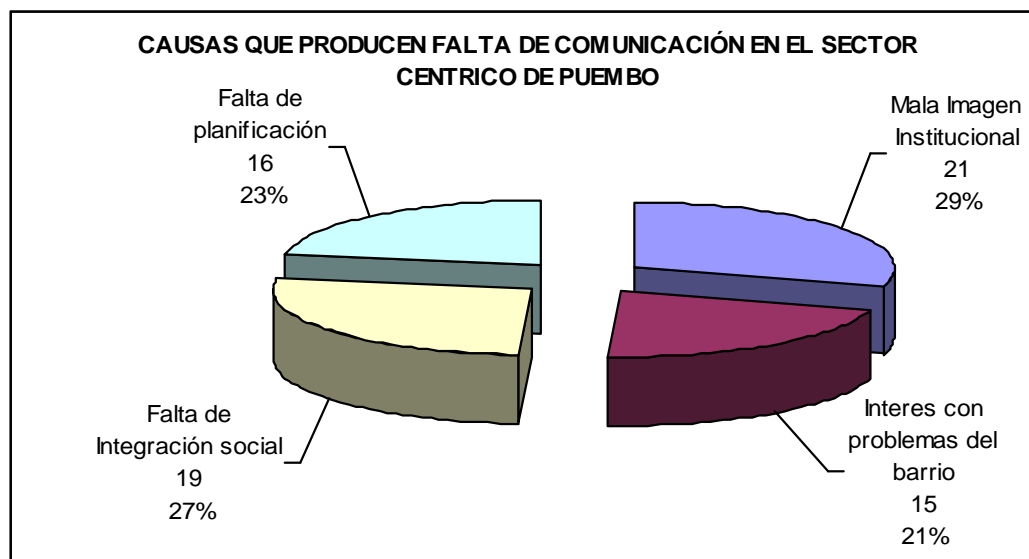
7).- ¿Cree usted que la falta de comunicación entre la Policía Comunitaria y la Población se da por?

Resultado de la encuesta realizada en el sector céntrico de Puenbo.

Tabla Nro. 16

NRO. DE PREGUNTA	SECTOR	PUEMBO			MANGAHUANTAG			CHICHE			SAN JOSÉ			TOTAL
		FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	
7.- La Falta de Comunicación entre la Policía y Comunidad se da por:	Mala imagen institucional	12	9	21	8	3	11	6	3	9	2	4	6	47
	Falta de interés con los problemas del barrio	9	6	15	7	4	11	3	6	9	4	5	9	44
	No hay integración social Policía-Comunidad	11	8	19	3	2	5	2	7	9	3	5	8	41

Gráfico Nro. 18



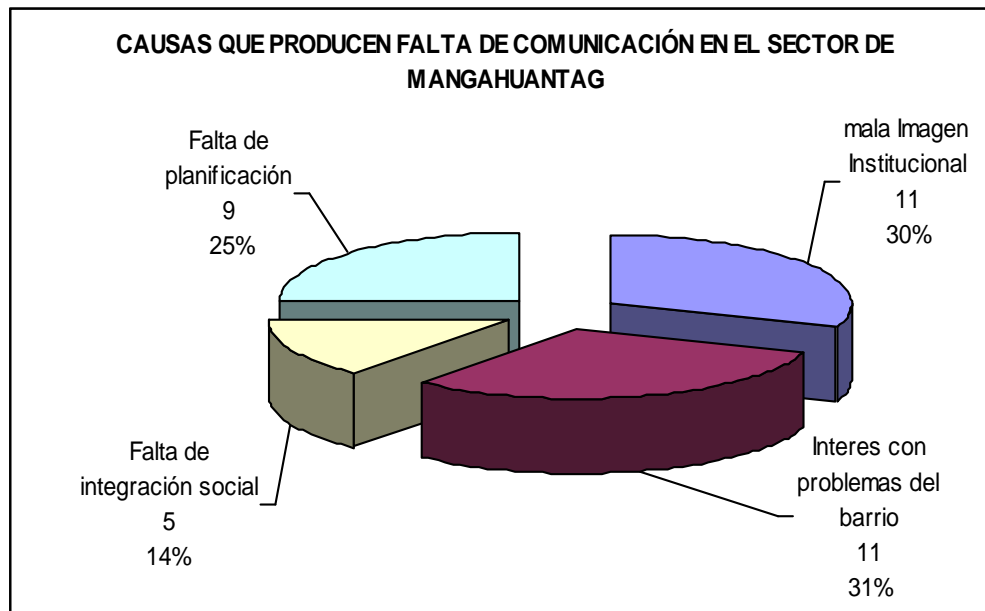
Conclusión

- En el sector céntrico de Puenbo, de 32 muestras tomadas, el 23 % expresan que la mala comunicación se da por una falta de planificación.

- De 32 muestras tomadas 29 % expresan que la mala comunicación se da por la mala imagen institucional.
- De 32 muestras tomadas 27 % expresan que la mala comunicación se da por falta de integración social.
- De 32 muestras tomadas 21 % expresan que la mala comunicación se da por falta de interés con los problemas del barrio por parte del personal policial.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Mangahuantag.

Gráfico Nro. 19

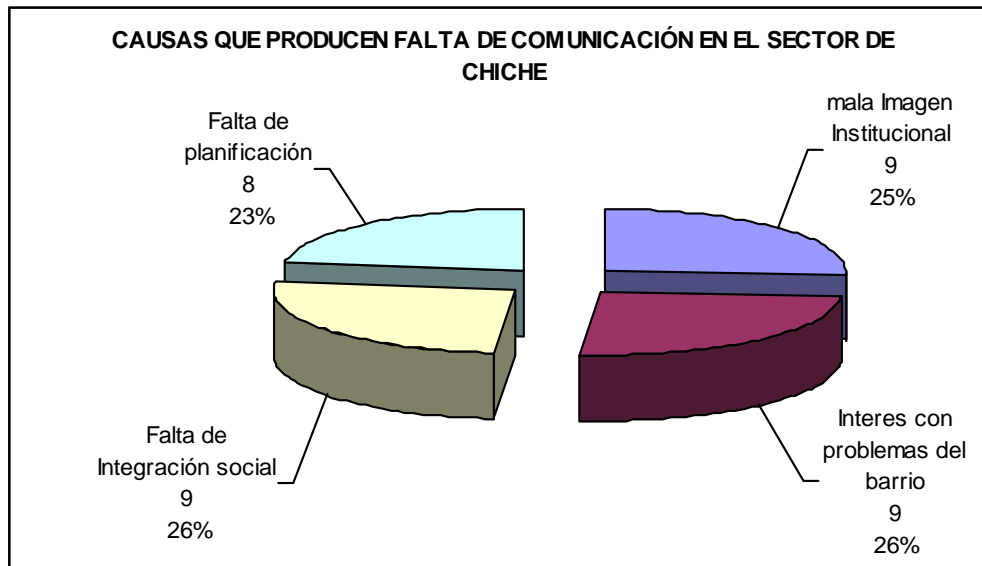


Conclusión

- En el barrio Mangahuantag, de 18 muestras tomadas, el 25 % expresan que la mala comunicación se da por una falta de planificación.
- De 18 muestras tomadas 30 % expresan que la mala comunicación se da por la mala imagen institucional.
- De 18 muestras tomadas 14 % expresan que la mala comunicación se da por falta de integración social.
- De 18 muestras tomadas 31 % expresan que la mala comunicación se da por falta de interés con los problemas del barrio por parte del personal policial.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Chiche.

Gráfico Nro. 20

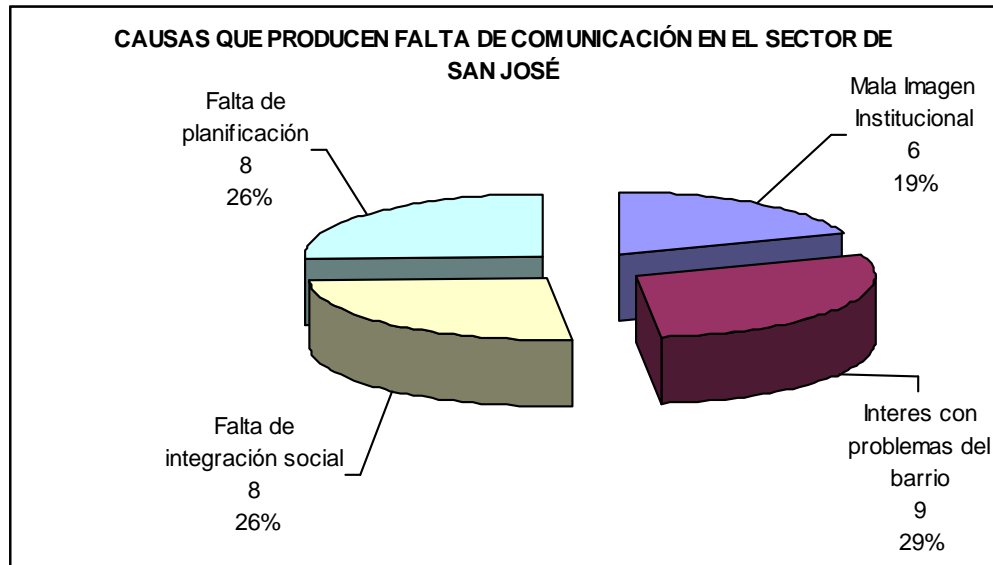


Conclusión

- En el barrio Chiche, de 25 muestras tomadas, el 23 % expresan que la mala comunicación se da por una falta de planificación.
- De 25 muestras tomadas 25 % expresan que la mala comunicación se da por la mala imagen institucional.
- De 25 muestras tomadas 26 % expresan que la mala comunicación se da por falta de integración social.
- De 25 muestras tomadas 26 % expresan que la mala comunicación se da por falta de interés con los problemas del barrio por parte del personal policial.

Resultado de la encuesta realizada en el sector San José.

Gráfico Nro. 21



Conclusión

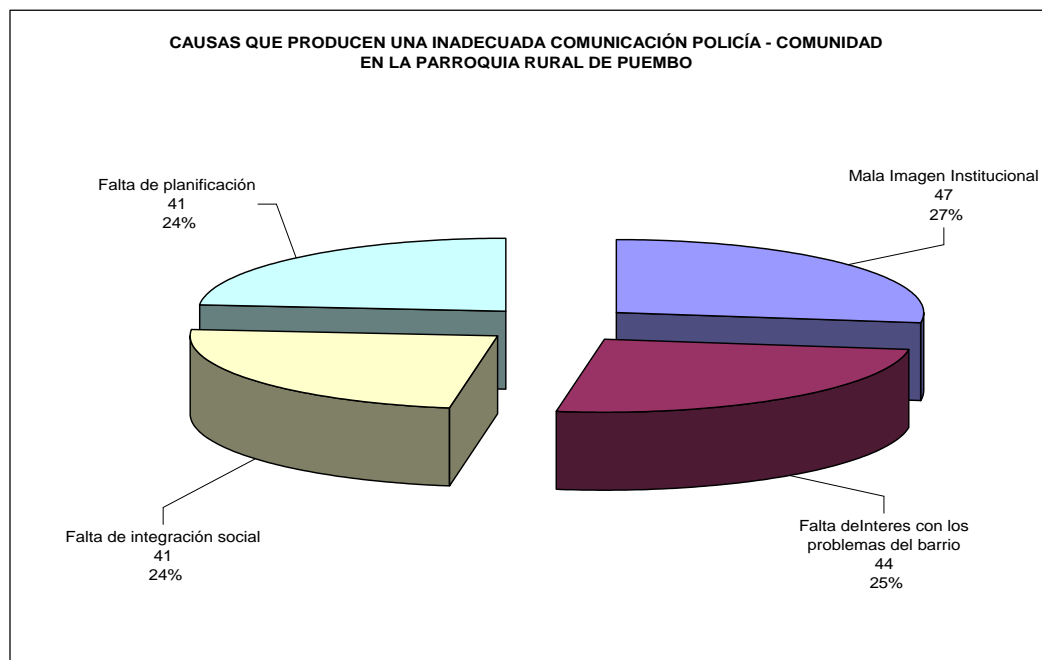
- En el barrio San José, de 25 muestras tomadas, el 26 % expresan que la mala comunicación se da por una falta de planificación.
- De 25 muestras tomadas 19 % expresan que la mala comunicación se da por la mala imagen institucional.
- De 25 muestras tomadas 26 % expresan que la mala comunicación se da por falta de integración social.
- De 25 muestras tomadas 29 % expresan que la mala comunicación se da por falta de interés con los problemas del barrio por parte del personal policial.

Resultado de la encuesta realizada en la Parroquia de Puenbo.

Tabla Nro. 17

NRO. DE PREGUNTA	PREGUNTA	TOTAL
7.- La Falta de Comunicación entre la Policía y Comunidad se da por:	Mala imagen institucional	47
	Falta de interés con los problemas del barrio	44
	No hay integración social Policía-Comunidad	41
	No hay planes que involucren al Policía en el barrio	41

Gráfico Nro. 21



Conclusión

- En la parroquia de Puenbo, de 100 muestras tomadas, el 24 % expresan que la mala comunicación se da por una falta de planificación.
- De 32 muestras tomadas 27 % expresan que la mala comunicación se da por la mala imagen institucional.

- De 32 muestras tomadas 24 % expresan que la mala comunicación se da por falta de integración social.
- De 32 muestras tomadas 25 % expresan que la mala comunicación se da por falta de interés con los problemas del barrio por parte del personal policial.

Podemos manifestar que un 27 % de la muestra tomada en la parroquia Rural de Puenbo expresan que la mala comunicación se da por la mala imagen institucional.

Pregunta.

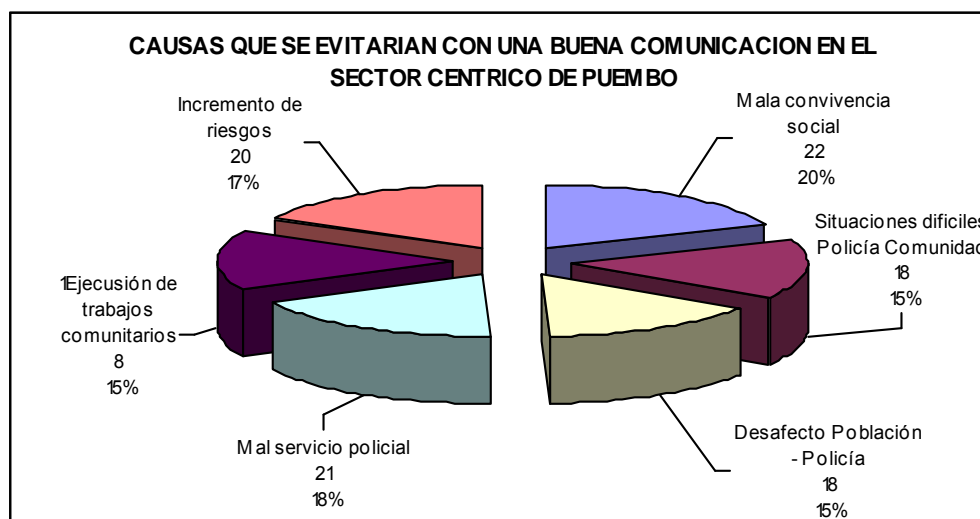
9).- ¿Cree usted que al mejorar la comunicación entre la Policía Comunitaria y la Población se evitaría?

Resultado de la encuesta realizada en el sector céntrico de Puenbo.

Tabla Nro. 18

NRO. DE PREGUNTA	SECTOR	PUEMBO			MANGAHUANTAG			CHICHE			SAN JOSÉ			TOTAL
		FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	
9.- Al mejorar la comunicación entre la Policía y Comunidad se evitaría.	Mala convivencia social	14	8	22	6	3	9	2	4	6	1	7	8	45
	Situaciones difíciles entre Policía-Comunidad	12	6	18	3	2	5	1	3	4	2	3	5	32
	Que exista desafecho entre Policía-Comunidad	10	8	18	2	1	3	3	2	5	1	5	6	32
	Mal servicio por parte de la Policía	13	8	21	4	3	7	1	6	7	3	5	8	43
	Que no se desarrollen trabajos comunitarios	12	6	18	5	2	7	3	4	7	4	5	9	41
	Incremento de riesgos sociales (alcoholismos, etc)	11	9	20	7	1	8	3	4	7	8	6	14	49

Gráfico Nro. 22



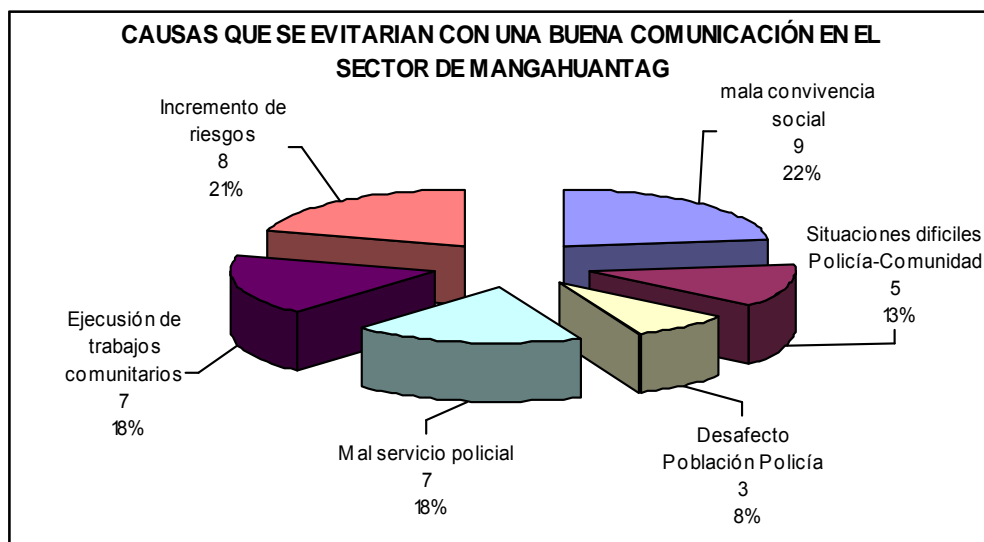
Conclusión

- En el sector céntrico de Puenbo, de 32 muestras tomadas, el 20 % se evitaría el incremento de riesgos.

- De 32 muestras tomadas 20 % se evitaría la mala convivencia.
- De 32 muestras tomadas 15 % se ejecuten trabajos comunitarios.
- De 32 muestras tomadas 18 % se evitaría el mal servicio policial.
- De 32 muestras tomadas 15 % se evitaría el desafecto Población-Policía.
- De 32 muestras tomadas 15 % se evitaría situaciones difíciles Población-Policía.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Mangahuantag.

Gráfico Nro. 23

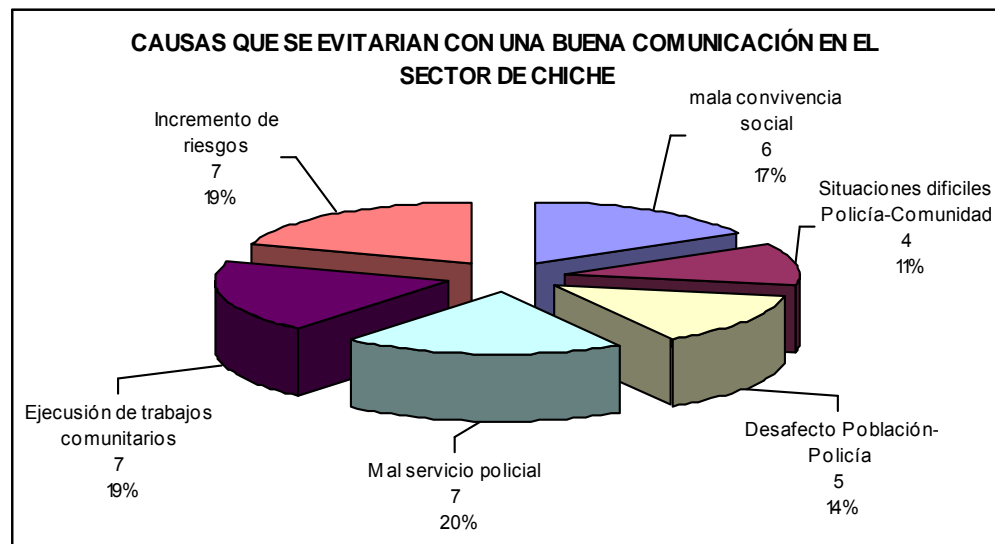


Conclusión

- En el barrio Mangahuantag, de 18 muestras tomadas, el 21 % se evitaría el incremento de riesgos.
- De 18 muestras tomadas 22 % se evitaría la mala convivencia.
- De 18 muestras tomadas 18 % se ejecuten trabajos comunitarios.
- De 18 muestras tomadas 18 % se evitaría el mal servicio policial.
- De 18 muestras tomadas 08 % se evitaría el desafecto Población-Policía.
- De 18 muestras tomadas 13 % se evitaría situaciones difíciles Población-Policía.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Chiche.

Gráfico Nro. 24

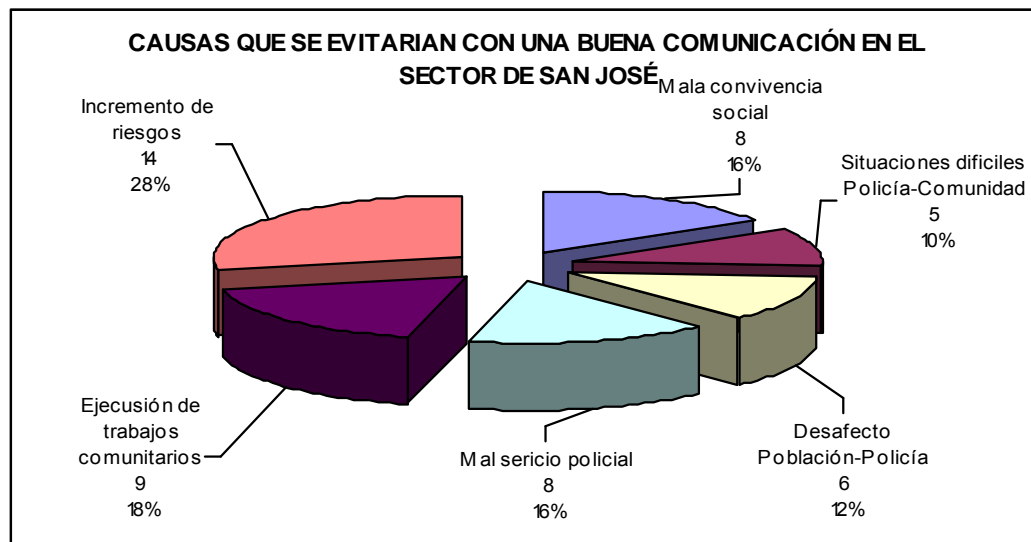


Conclusión

- En el barrio Chiche, de 25 muestras tomadas, el 07 % se evitaría el incremento de riesgos.
- De 25 muestras tomadas 06 % se evitaría la mala convivencia.
- De 25 muestras tomadas 07 % se ejecuten trabajos comunitarios.
- De 25 muestras tomadas 07 % se evitaría el mal servicio policial.
- De 25 muestras tomadas 14 % se evitaría el desafecto Población-Policía.
- De 25 muestras tomadas 11 % se evitaría situaciones difíciles Población-Policía.

Resultado de la encuesta realizada en el sector San José.

Gráfico Nro. 25

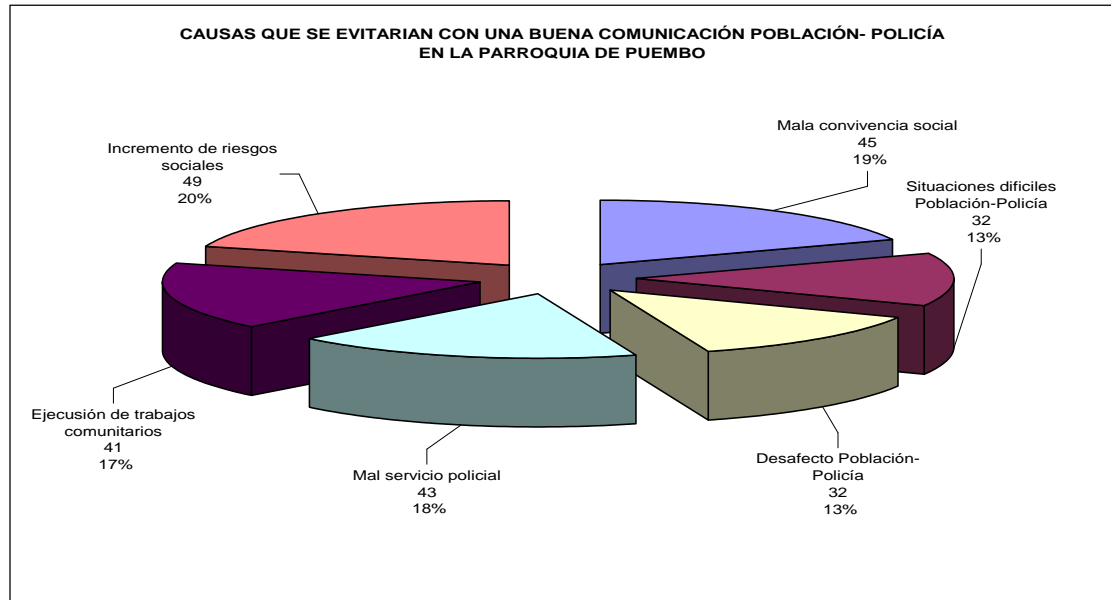


Conclusión

- En el barrio San José, de 25 muestras tomadas, el 28 % se evitaría el incremento de riesgos.
- De 25 muestras tomadas 16 % se evitaría la mala convivencia.
- De 25 muestras tomadas 18 % se ejecuten trabajos comunitarios.
- De 25 muestras tomadas 16 % se evitaría el mal servicio policial.
- De 25 muestras tomadas 12 % se evitaría el desafecto Población-Policía.
- De 25 muestras tomadas 10 % se evitaría situaciones difíciles Población-Policía.

Resultado de la encuesta realizada en la Parroquia de Puenbo.

Gráfico Nro. 26



Conclusión

- En la parroquia Puenbo, de 100 muestras tomadas, el 20 % se evitaría el incremento de riesgos.
- De 25 muestras tomadas 19 % se evitaría la mala convivencia.
- De 25 muestras tomadas 17 % se ejecuten trabajos comunitarios.
- De 25 muestras tomadas 18 % se evitaría el mal servicio policial.
- De 25 muestras tomadas 13 % se evitaría el desafecto Población-Policía.
- De 25 muestras tomadas 13 % se evitaría situaciones difíciles Población-Policía.

La población de Puenbo en un 19% de la muestra tomada expresa que con una buena comunicación se evitaría la mala convivencia Policia-Comunidad.

Pregunta.

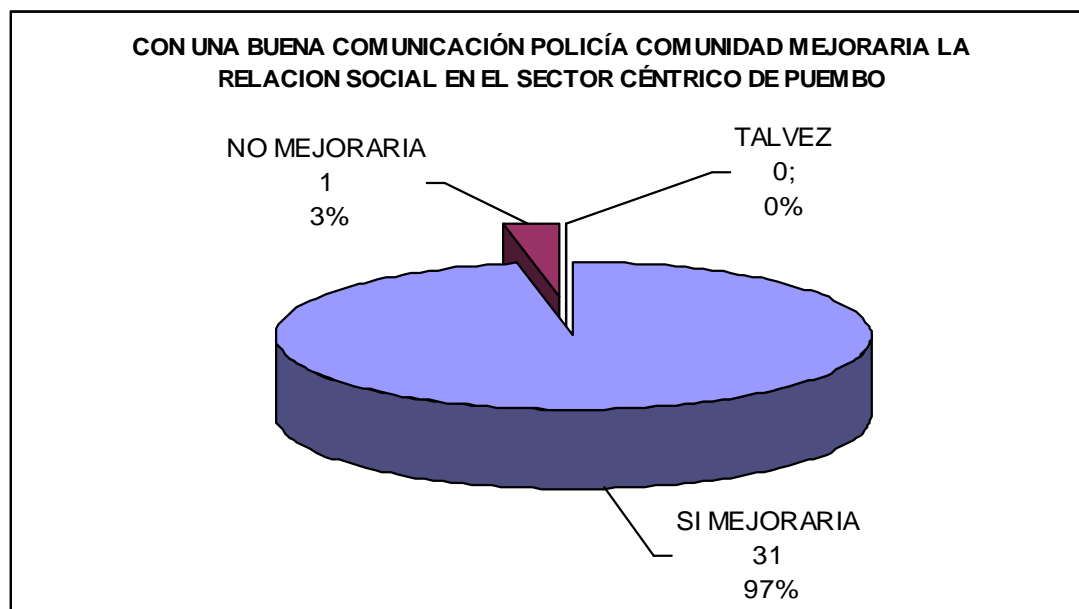
9).- ¿Al existir una buena comunicación entre la Policía Comunitaria y la Población cree usted que mejoraría la relación social?

Resultado de la encuesta realizada en el sector céntrico de Puenbo.

Tabla Nro. 19

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ
8.-	Al existir una buena comunicación se mejoraría la relación social.	18	0	0	13	1	0	31	1	0

Gráfico Nro. 27



Conclusión

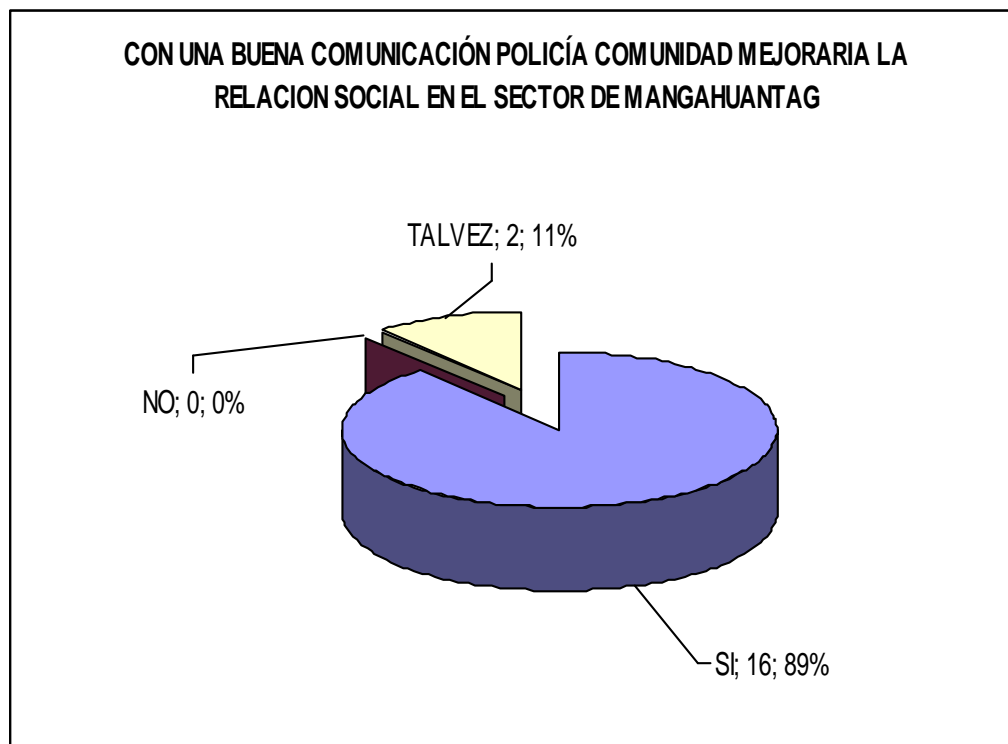
- En el sector céntrico de Puenbo, de 32 muestras tomadas, el 97 % se manifiesta que si mejoraría la relación social.
- De 32 muestras tomadas 03 % que no mejoraría la relación social.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Mangahuantag.

Tabla Nro. 20

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ
8.-	Al existir una buena comunicación se mejoraría la relación social.	11	0	0	5	0	2	16	0	2

Gráfico Nro. 28



Conclusión

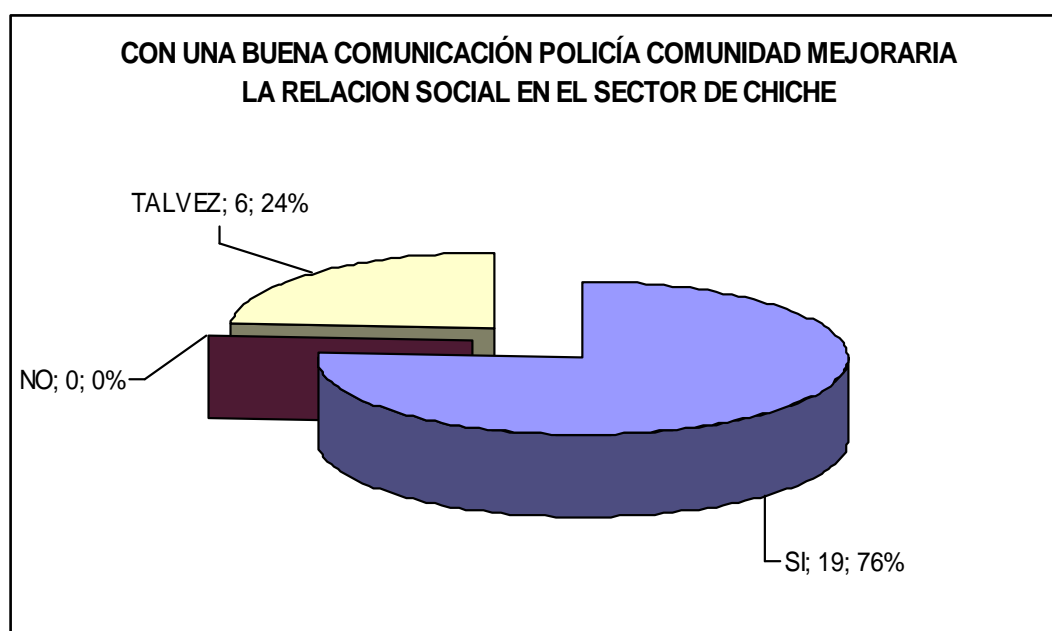
- En el barrio Mangahuantag, de 18 muestras tomadas, el 89 % se manifiesta que si mejoraría la relación social.
- De 18 muestras tomadas 11 % que tal vez mejoraría la relación social.

Resultado de la encuesta realizada en el sector Chiche.

Tabla Nro. 21

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ
8.-	Al existir una buena comunicación se mejoraría la relación social.	7	0	2	12	0	4	19	0	6

Gráfico Nro. 29



Conclusión

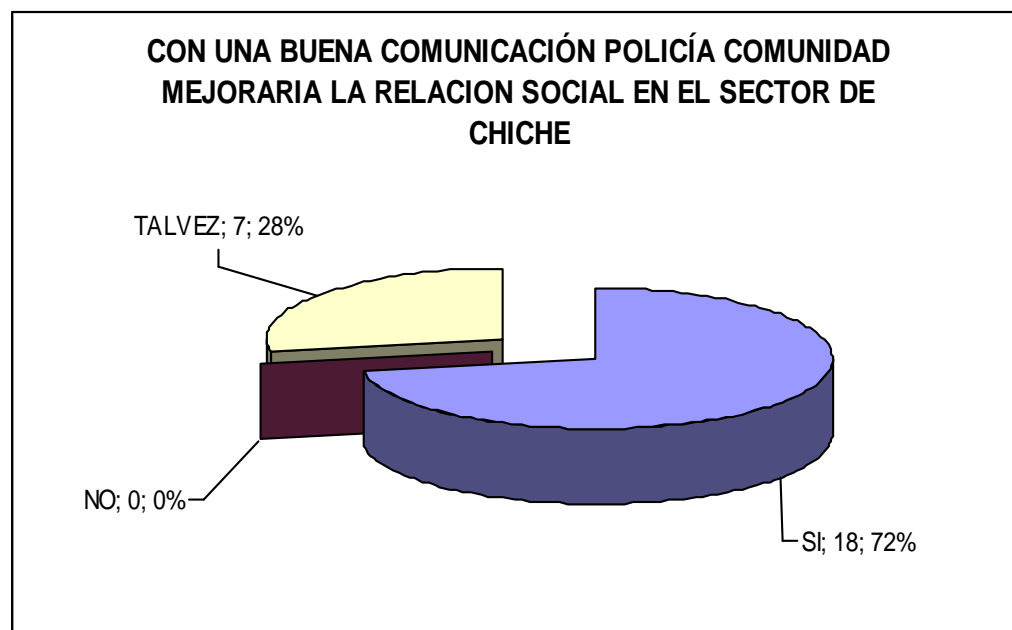
- En el barrio Chiche, de 25 muestras tomadas, el 76 % se manifiesta que si mejoraría la relación social.
- De 25 muestras tomadas 24 % que tal vez mejoraría la relación social.

Resultado de la encuesta realizada en el sector San José.

Tabla Nro. 22

NRO.	PREGUNTA	FEMENINO			MASCULINO			TOTAL		
		SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ	SI	NO	TALVEZ
8.-	Al existir una buena comunicación se mejoraría la relación social.	11	0	2	7	0	5	18	0	7

Gráfico Nro. 30



Conclusión

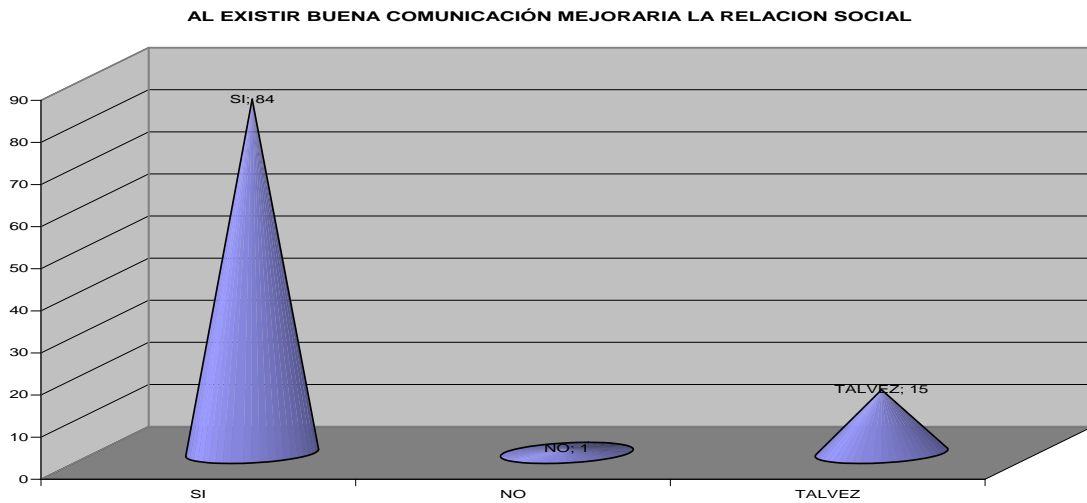
- En el barrio San José, de 25 muestras tomadas, el 72 % se manifiesta que si mejoraría la relación social.
- De 25 muestras tomadas 28 % que tal vez mejoraría la relación social.

Resultado de la encuesta realizada en la Parroquia de Puenbo.

Tabla Nro. 23

NRO.	PREGUNTA	TOTAL		
		SI	NO	TALVEZ
8.-	Al existir una buena comunicación se mejoraría la relación social.	84	1	15

Gráfico Nro. 31



Conclusión

- En la parroquia Puenbo, de 100 muestras tomadas, el 84 manifiesta que si mejoraría la relación social.
- De 100 muestras tomadas 15 que tal vez mejoraría la relación social.
- De 100 muestras tomadas 01 persona expresa que no mejoraría la relación social.

La población de la parroquia Rural de Puenbo, en su mayoría expresan que con una mejor comunicación mejoraría la relación social.

CAPITULO IV

4. Procesamiento de datos y análisis de resultados

4.1 Procesamiento de datos

Para la presente investigación y una vez obtenida la información, se procede a procesarla mediante el uso de programas estadísticos disponibles como es Excel.

4.2 Resultados

4.2.1 Resultados de investigación

En base a los métodos y en los tipo de estudios aplicados en la investigación, se han obtenido resultados diferentes de la Relación Social Comunicativa, por ese motivo se ha separado las tabulaciones por barrios de mayor importancia de la parroquia Puenbo.

4.2.2 Muestreo Aleatorio Simple.

$$n = \frac{2}{\sqrt{N}}$$

N= 10.000 familias.

El numero de encuestas realizadas al publico objetivo se determino por medio de la fórmula antes descrita, ésta nos permite tener un margen de error del 0.5 % y con una fiabilidad del 95%; por lo tanto al ser (N) un número

infinito, se tomó la raíz cuadrada de ésta incógnita; dándonos como resultado 100 encuestas, por cuanto 100 es la raíz cuadrada de 10.000.

Encuestas realizadas a público objetivo – conclusiones

Tipo de entrevista: Escrita, dirigidas e individuales.

Ubicación: En los principales barrios de la parroquia Rural de Puenbo, como son: Sector céntrico de Puenbo, barrios Mangahuantag, Chiche y San José.

Tipo y número de preguntas: Abiertas y cerradas, total diez (10)

Cantidad de encuestas realizadas: 100 (00 H – 00 M)

CAPITULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

- Que la comunicación es un factor determinante para emprender la relación Comunidad-Policía.
- Que la metodología a aplicarse en la sociedad debe ser directa.
- Que dentro del estudio realizado se pudo conocer que no existe adentramiento por parte del personal policial en los problemas sociales que involucran y afectan a la comunidad.

- No hay enfoque social de desarrollo comunitario por parte de los efectivos policiales.
- Poca confiabilidad de la Comunidad en la Policía.
- Que el servicio que presta la Policía Comunitaria de Puembo se encuentra enfocado en el centro de la parroquia de Puembo, desatendiendo su servicio al resto de barrios marginales que rodean la parroquia, notándose en éstos lugares una total ausencia de comunicación.
- Que dentro de las entrevistas realizadas se pudo encontrar una gran mayoría de respuestas negativas, que no favorecen a la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puembo.
- Que la relación social comunicativa en la parroquia Rural de Puembo es regular.
- No existen planes que permita crear un acercamiento Comunidad-Policía, siendo esto una falencia y el factor principal que afecta a la comunicación.
- Que el lugar asignado como vivienda para el personal policial cumple sus condiciones como tal, sin embargo carece de medios logísticos, como camas, colchones, clóset, habitaciones, vehículos, radios de comunicación; lo cual conlleva a que el personal policial no cumpla su servicio a cabalidad, despreocupando su interés en crear fuentes de comunicación hacia la comunidad.
- Que el número de efectivos policiales asignado a la parroquia de Puembo es demasiado bajo comparado con el número de pobladores existente, lo

cual conlleva a que la Policía no concurra a todos los sectores, notándose la ausencia de comunicación Policía-Comunidad en los sectores marginales de la parroquia.

5.2 Recomendaciones

- Crear lazos de acercamiento a la sociedad.
- Definir el proceso de comunicación entre la población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo.
- Capacitar al personal policial y a la comunidad mediante talleres que conlleve a la convivencia ciudadana.
- Realizar trabajo comunitario dirigido de manera continua.
- Elevar el nivel de satisfacción en la comunidad, por el servicio brindado por la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo, a través de programas de acercamiento.
- Elaborar un Plan de mejoramiento por año que permita a la Policía Comunitaria de Puenbo cubrir su servicio por todo su sector de responsabilidad.
- Mejorar la relación social Policía-Comunidad a través de charlas semanales en centros educativos, casas barriales, sociales, relacionadas a temas de seguridad, tránsito, mejoramiento del entorno, y otros de importancia dentro del área policial, sociales y culturales lo cual permitirá mantener la comunicación activa Población-Policía.

- Que exista una mayor preocupación por parte de las autoridades y comunidad de la parroquia Rural de Puenbo para alcanzar de los organismos competentes el mejoramiento del hábitad, equipamiento logístico e incremento de personal policial, a fin de que los efectivos policiales cumplan su servicio a cabalidad, y puedan mantener la comunicación con toda la población.
- Que no exista rotación del personal policial de la parroquia de Puenbo por parte del Alto Mando, con el fin de mantener activa la comunicación Comunidad-Policía.

CAPITULO VI

6. La propuesta

Mejorar la Relación Social Comunicativa entre la Población y la Policía Comunitaria de la parroquia Rural de Puenbo, a través de la implementación de un “**Plan Estratégico**” elaborado para el efecto, la misma que busca desarrollar diferentes actividades tanto en el efectivo policial como en la comunidad permitiendo de ésta manera crear una verdadera convivencia ciudadana y minimizar los riesgos sociales en la parroquia de Puenbo.

En el Plan Estratégico además se planteará lo siguiente:

Misión: Construir una cultura de convivencia pacífica y seguridad ciudadana en la parroquia de Puenbo, para lo cual se emplearán acciones de carácter

preventivo, proactivo y educativo, para de ésta manera mejorar la comunicación fomentando la participación solidaria cívica y patriótica de las Autoridades, organizaciones y la comunidad.

Visión: Ser la mejor Unidad de Policía Comunitaria cuya labor diaria se desarrolle en base a planes estratégicos, encaminados al empleo de una adecuada comunicación, cuya acción estará fundamentada en la educación continúa de sus actores.

6.1. Referencias bibliográfias

- Comunicación Oral y Escrita/ Cantu, Flores, Roque/ Octava Reimpresión/ Mexico 2003.
- Módulo de estudio de la Policía Comunitaria “2008” elaborado por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional.
- La Vigilancia Policial del Servicio Urbano y Rural.- Mayor Lic. Fausto A. Fuentes García.
- Caminos de la vida.- Guía para el buen convivir.
- Jiménez C.W.- Introducción a la teoría de la administración.
- Metodología de la Investigación para la Administración y Economía/ César Augusto Bernal/ 2002
- Educando con valores/ Joaquin García/ Ediciones Mirbet 2006.
- Elementos de Investigación/ José Save / Editorial Omega.

- Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno.
- Planificación Estratégica/ Ing. Luis Pimentel Villalaz/ M.B.A/ 1999.
- Enciclopedia Encarta 2007.
- Enciclopedia Encarta Online 2008.
- Introducción al estudio de Geopolítica/ Escuela Politécnica del Ejército/
MED
- Revista Viztazo/ Guía de Quito/ 2003.
- Vargas-Mendoza, J. E. (2006) Teoría de la Acción Comunicativa:
- Documento Herramientas de Planificación/ Ing. Paúl Revelo.
- Documento Planificación Estratégica/ Ing. Roberto Estévez.
- Documento: Liderazgo y Trabajo en Equipo.- Logrando Resultados
Excepcionales.- Lic. Pablo Molina B.
- Boletín Nro. 15, ILPES, Metodología de Marco Lógico.
- Metodología y Plan Estratégico de las Organizaciones Comunitarias:
Autores. Elena Camizaca, Miguel Guerrero, Rubén de Dios, Tomo 2.
- El Comunicador Popular, Ciespal, Quito 1985, pág. 115 y 118
- Diseño de proyectos.- Guía Didáctica.-Universidad Técnica Particular de
Loja. 2004.
- http://www.conductitlan.net/jurgen_habermas.ppt
- www.wikipedia.com

Anexos

- A.** Herramientas de Planificación.
- B.** Instrumentos de Investigación.
- C.** Fotografías, planos, otros.
- D.** Matriz Estratégica.