

**IMAGEN POLÍTICA DEL ALCALDE MUNICIPAL DE SOTARÁ, INGENIERO
HERMÓGENES OBANDO HOYOS Y EL CUMPLIMIENTO DE SU PLAN DE
DESARROLLO “COMUNIDAD EN ACCIÓN (2008 -2011)” EN EL PERÍODO
COMPRENDIDO DESDE EL MES DE JUNIO DE 2011 HASTA EL MES DE
DICIEMBRE DE 2011**



ASTRID XIMENA CABRERA TORO

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA
POPAYÁN
2012**

**IMAGEN POLÍTICA DEL ALCALDE MUNICIPAL DE SOTARÁ, INGENIERO
HERMÓGENES OBANDO HOYOS Y EL CUMPLIMIENTO DE SU PLAN DE
DESARROLLO “COMUNIDAD EN ACCIÓN (2008 -2011)” EN EL PERÍODO
COMPRENDIDO DESDE EL MES DE JUNIO DE 2011 HASTA EL MES DE
DICIEMBRE DE 2011**

ASTRID XIMENA CABRERA TORO

**Trabajo de grado en la modalidad de Práctica Social para optar al título de
Politóloga**

**Director Académico
JUAN CARLOS VARONA ALBÁN**

**Directora Alcaldía de Sotará
MARIA ESTHER HOYOS**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA
POPAYÁN
2012**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	8
1. CONTEXTUALIZACIÓN Y MARCO TEÓRICO	13
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN	13
1.2 MARCO TEÓRICO PRÁCTICO	16
1.2.1 Comunicación política	16
1.2.2 Marketing político	21
1.2.3 Opinión pública	25
2. ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE SOTARÁ “COMUNIDAD EN ACCIÓN”	28
2.1 ESTRUCTURAR EL MENSAJE POLÍTICO A DIFUNDIR EN LAS JORNADAS DE RENDICIÓN DE CUENTAS	30
2.1.1. Realización de un Taller dirigido a los seis Jefes de Dependencia y al Señor Alcalde Hermógenes Obando Hoyos	33
2.1.2. Desarrollo de las Jornadas de Rendición de Cuentas por Cada uno de los Once Corregimientos	34
2.2 ESTRUCTURAR EL MENSAJE POLÍTICO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES Y LA PÁGINA WEB OFICIAL	34
2.2.1 Comunicados de gobierno	36
3. EVALUACION DE GESTIÓN A TRAVÉS DE LA ENCUESTA DE OPINIÓN	48
3.1 DISEÑO Y APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS	48

	pág.
3.1.1 Investigación de datos básicos e importantes para la elaboración de la encuesta	50
3.1.2 Ficha técnica	51
3.1.3 Distribución de encuestas por corregimientos	52
3.1.4 Modelo de la encuesta desarrollada	53
3.2 ANÁLISIS DE ENCUESTAS	53
3.3 ESTRUCTURAR MENSAJE POLÍTICO GESTIÓN DE LAS DEPENDENCIAS	61
4. CONCLUSIONES	63
5. RECOMENDACIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	66
ANEXOS	71

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Encuesta evaluación de la administración municipal de Sotará "Comunidad en acción" 2008-2011	51
Cuadro 2. Distribución de encuestas por corregimientos	53
Cuadro 3. Modelo de encuesta desarrollada	54

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Mapa localización del municipio de Sotará	14
Figura 2. Mapa político de corregimientos y veredas municipio Sotará	15

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Copia convenio Universidad del Cauca – Alcaldía de Sotar	71
Anexo B. Copia de Resolución Facultad de Derecho	75
Anexo C. Carta Aprobación Pr	77
Anexo D. Primer informe de la pr	
Anexo E. Segundo informe de la pr	
Anexo F. Listado de Firmas de los participantes en las Jornadas de Rendición de Cuentas, en cada uno de los Corregimientos	
Anexo G. Documentos de encuestas realizadas a la comunidad sotareña	

INTRODUCCIÓN

Con el fin de estructurar y transmitir los mensajes políticos relacionados con el desarrollo de las competencias públicas, enfatizado en el manejo de la Imagen Política y el Discurso Político del Alcalde Municipal de Sotará, Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, se debe ahondar en la aplicación de la Comunicación Política Gubernamental, bajo la imperiosa necesidad de fortalecer los procesos comunicativos y relacionales entre la Administración Local y las comunidades Sotareñas.

Esta investigación empírica, manifiesta que el ciudadano es considerado en la comunicación política como un “epicentro de la acción de gobierno local, que debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de ciudadano-administrado” (Campillo, 2010). Se trae a colación la cita, teniendo en cuenta que la Administración Municipal, a través de esta práctica social, cuenta por primera vez en su desarrollo, con una pasante que bien le está prestando la asesoría en los procesos de comunicación política y aplicación del Marketing Político Gubernamental, siendo primordial el hecho de que se ejerzan estos procesos, con el fin de que se proyecte la gestión realizada, dinamizando la estrategia de Marketing Político de Gobierno como una herramienta poderosa que permita justificar, ilustrar, y legitimar los procesos y decisiones políticas que se han concertado con las comunidades.

La publicidad institucional municipal, al igual que sucede en cualquier otro proceso publicitario, posee un fuerte componente persuasivo. Mediante ella se trata de convencer a los ciudadanos con argumentos razonados, se les incita a identificarse con determinadas causas, a participar e implicarse en otras desde el sentido de la corresponsabilidad y se construye una imagen de la institución municipal con una valoración altamente positiva¹.

¹ Siguiendo la clasificación de MOREU (2005), op. cit., 198 y ss., distinguimos, en función de su finalidad, seis categorías amplias: «la publicidad institucional de contenido informativo» como información a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, composición y funcionamiento de las instituciones municipales, servicios que prestan los ayuntamientos y actividades relacionadas, actos y procedimientos administrativos, actividades y proyectos ejecutados en el ámbito de sus atribuciones y competencias; «la publicidad de promoción social» basada en valores y conductas que consolidan la democracia, la libertad, la convivencia y la solidaridad en el contexto local, la implicación y sensibilización de la ciudadanía fomentando conductas o hábitos para la convivencia, el bienestar social o el compromiso con determinadas causas, así como la prevención y protección de la integridad física y material de los ciudadanos, favoreciendo hábitos saludables; cuando se utiliza «la publicidad como medida de fomento» se potencia el consumo de productos y el uso de servicios considerados de interés general, así como los sectores económicos propios del ámbito territorial de la Administración municipal. «La promoción turística» se centra en la imagen del territorio con tales fines así como en los valores o señas de identidad territorial o poblacional, mientras que los grandes proyectos, logros y

Entre tanto, se destaca que este proyecto de práctica social tiene como único fin fortalecer la Imagen Política de la Administración Municipal de Sotará “Comunidad Acción”, a través de la ejecución del Plan Estratégico de Marketing Político Gubernamental diseñado en este proyecto académico.

Dentro de las estrategias implementadas, se indicaron las siguientes:

Estructurar el mensaje político destacando la gestión gubernamental realizada por esta Administración Municipal en cuestión, e informar a los ciudadanos – administrados a través de Comunicados de Gobierno y realización permanente de Jornadas de Rendición de Cuentas para informar a los Ciudadanos - Administrados, la gestión pública desarrollada, además de diseñar y realizar la Evaluación a través de la Opinión Pública, de la percepción² que tienen los Ciudadanos – Administrados del Municipio de Sotará sobre la Gestión desarrollada por la Administración Municipal, “Comunidad en Acción” en el período 2008-2011.

Dichos objetivos tienen como características de interés público, la participación e inclusión social, gestión pública y comunicación de gobierno, por eso es necesario remitirse a la aplicación del Plan Estratégico de Marketing Político en Sotará.

La Administración Municipal de Sotará, liderada por el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, es consciente que desde tiempos remotos, este Territorio se ha destacado por ser un Municipio de tierras fértiles, de gentes humildes y trabajadoras, quienes gozan de tener un gran potencial cultural, social, paisajístico e hídrico, y además sufren día a día los índices de necesidades básicas insatisfechas a los cuales están expuestos los habitantes de países tercermundistas.

Resaltando que no es ajena a estas realidades, la Administración Local, ha trabajado de la mano con sus comunidades, realizando un proceso participativo e

resultados reflejados a través de balances de gestión y memorias, entre otros formatos, o las iniciativas singulares desarrolladas en un municipio, se enmarcan en «mensajes de autopromoción o imagen»; así mismo, nos encontramos con otros «mensajes de carácter comercial o lucrativo» que se refieren a la venta de productos municipales o a la contratación de servicios públicos.

² Definición de percepción: recibir por uno de los sentidos, las imágenes, impresiones o sensaciones externas o comprender y conocer algo. Puede hacer referencia a un conocimiento o una idea o a la sensación interior que resulta de una impresión material hecha por nuestros sentidos. Permite al sujeto captar la información del entorno a través de la energía que llega a los sistemas sensoriales, consultado el 6 de Octubre de 2011 en: <http://definicion.de/percepcion/>

incluyente viene dando cumplimiento a su Plan de Desarrollo “Comunidad en Acción”, siendo necesario trabajar mancomunadamente con unos actores (Comunidad Sotareña, observación inédita, 2011) quienes sufren, sienten, se alegran y disfrutan con cada una de las actividades, proyectos y gestiones que desarrolla la Administración Municipal en cuestión, convirtiéndose en importantes puntales del progreso Sotareño y grandes protagonistas de la opinión pública municipal, además de haber cumplido su Misión principal:

Establecer mejores condiciones de vida para los habitantes del Municipio de Sotará, basado en aspectos tales como: organización, participación activa y democrática de las diferentes comunidades, campesinas e indígenas en la toma de decisiones de vital importancia en el desarrollo del Municipio así como una administración con amplia experiencia, liderazgo, formación intelectual y profesional que sienten al Municipio como parte integral de su vida (Sotará, Alcaldía de Sotará, 2008).

Entre tanto y para desarrollar esta práctica social, es menester investigar sobre temas relevantes en la Ciencia Política, como la importancia de la comunicación política (Botero, s.f.)³, porque esta ciencia toma como referencia el intercambio de ideas entre individuos, generando un espacio para concertar o debatir sobre las decisiones tomadas por el Gobernante, está persuasión, propende en su accionar comunicacional, que por medio del mensaje transmitido los individuos acepten o critiquen el quehacer político, y es aquí en este intercambio de ideas dónde se desarrolla la opinión pública, la cual se hace pública en la medida en que el individuo deja de ser subjetivo para hacer su pensamiento objetivo, a través del debate de ideas, de la exteriorización de sus puntos de vista alrededor de los pensamientos de otros individuos que se encuentran en igual posición.

La opinión pública ha sido el concepto dominante en lo que ahora parece referirse a la comunicación política. Y es que después de muchos intentos y de una más o menos larga serie de estudios, la experiencia parece indicar que opinión pública implica muchas cosas a la vez; pero al mismo tiempo, ninguna de ellas domina o explica el conjunto (Wikipedia, 2011a)

Con base en lo anterior, se puede concluir que la comunicación política, tiene una marcada relación con los asuntos de interés general y de dominio público, informando a las comunidades los asuntos comunes, los que inciden y pertenecen

³ Concepto al que algunos autores definen como la posibilidad que tienen ciertos actores sociales de expresar, en público, sus opiniones sobre lo político. En la sociedad de la información, estos actores se han reducido a los periodistas, los columnistas de opinión y los analistas de la opinión pública, pero en virtud de los sondeos de opinión.

a todos, “Lo público es lo visible, lo manifiesto, lo accesible. Lo público es lo colectivo” (Botero, s.f.).

Es relevante tener en cuenta que las acciones políticas van unidas a las relaciones entre los actores (Comunidad Sotareña) y Gobierno Municipal, con el fin de alcanzar proyectos y concertar propuestas sobre el desarrollo regional, en el que la comunicación política de Gobierno y la opinión pública juegan papeles predominantes, para actuar y expresar sus puntos de vista sobre los asuntos de interés general⁴ y las necesidades que los aquejan en su vida cotidiana.

El proyecto en cuestión, justifica su importancia, ya que se convierte en un mecanismo para aplicar los conceptos de comunicación política gubernamental y opinión pública, con el fin de fortalecer la imagen política de la Administración Municipal de Sotará “Comunidad en Acción”, partiendo de la base que Gobernar es Comunicar, se hace necesario estructurar el mensaje político propendiendo al fortalecimiento del componente de Imagen y así informarle a los ciudadanos – administrados de Sotará, la gestión que la Administración ha realizado y por otra parte, ahondar sobre la evaluación que dicha comunidad administrada realiza a este período de Gobierno.

De otro modo, se debe tener en cuenta que el proyecto para la práctica social, es pertinente para la Ciencia política ya que investiga conceptos directamente relacionados con esta, como la comunicación política, marketing político gubernamental y opinión pública, en los cuales los distintos actores se encuentran directamente vinculados a las tareas del intercambio político, a un control político y equitativo que a través del conocimiento de la gestión pública, se tiende a discutir las decisiones que afectan de manera positiva o negativa su entorno social, político, cultural, ambiental y económico, en el Territorio Sotareño.

De igual forma, el tema a abordar, es de suma importancia para el estudio de la Ciencia Política, porque la comunicación política y el Marketing Político Gubernamental se convierten en dos herramientas importantes para elevar la gobernabilidad, convirtiéndose en procesos y espacios de la acción gubernamental al promover consensos y apropiación de la cosa pública por parte del padrón electoral y los funcionarios de la Administración Municipal.

⁴ Los asuntos de interés general o públicos son los que afectan a diferentes actores, en temas relacionados con lo político, económico, social, ambiental, cultural.

Destacando que este trabajo de práctica social, se convierte en una invitación a todas aquellas personas vinculadas en los procesos de decisión política, para que promuevan sus agendas políticas en los Medios de Comunicación, proyectando su imagen política bajo las posibilidades que brinda el Marketing Político Gubernamental y lograr con ello persuadir en las decisiones políticas que tomen los ciudadanos, aunando esfuerzos con ellos, para promover el interés por lo público y por el manejo que realicen las Administraciones Locales en cada uno de sus períodos.

1. CONTEXTUALIZACIÓN Y MARCO TEÓRICO

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN

Para optimizar resultados en el desarrollo de la práctica social, fue indispensable conocer y ahondar en la información más importante y detallada del Municipio de Sotará, como ubicación del objeto de estudio. Por tanto, se investigaron temas relevantes como la Historia, geografía, economía, cultura, recursos hídricos y desarrollo político y social, los cuales se han desarrollado tanto en el sector campesino como en las comunidades indígenas de Río Blanco.

Al analizar los aspectos relevantes del Municipio de Sotará, no se puede dejar de destacar la ubicación geográfica del Territorio:

El Municipio de Sotará, se encuentra localizado en la región centro del Departamento del Cauca. La mayor parte del territorio es montañoso y su relieve corresponde a la cordillera central, Cuenca del río Cauca y Patía. En las diferentes regiones del Municipio se presentan notables diferencias climáticas con referencia a factores de temperatura, precipitación, humedad relativa y vientos. Limita al Oriente con el municipio de Puracé, al Occidente con los municipios de Timbío, Rosas y la Sierra, al Norte con el municipio de Popayán, al Sur con el municipio de la Vega (CRC, 2011).

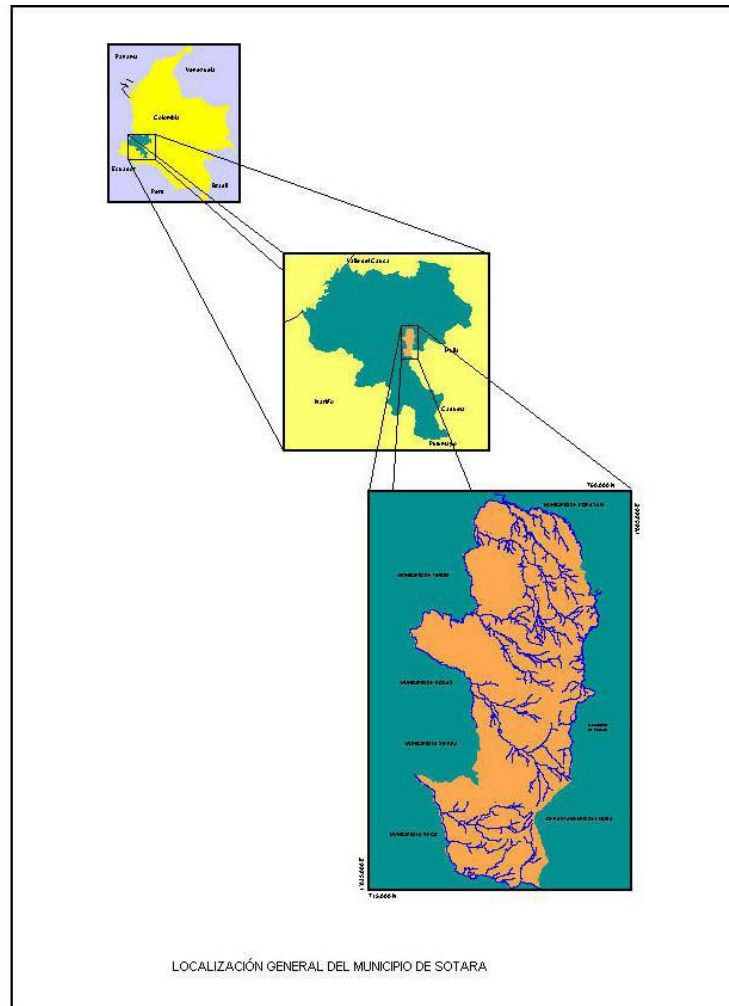
El Municipio de Sotará, en los ámbitos local, departamental, nacional e internacional se ha destacado por ser un Municipio de tierras fértiles, de gentes humildes y trabajadoras, quienes gozan de tener un gran potencial cultural, social, paisajístico e hídrico y que a través de su historia ha posicionado el buen nombre de sus pobladores.

El Municipio de Sotará fue fundado en 1.879 y comienza a tener vida en el año de 1.920 alcanzando la categoría de inspección de policía judicial. Su nombre se tomó del volcán Sotará, -conocido como El León dormido de América-. El Municipio fue creado en el año de 1.936, cuando la Asamblea del Cauca anuló la ordenanza, apelando el Concejo Municipal luego al Congreso de la República hasta que por ordenanza No.2 de Marzo de 1.936 y por la Ley emanada del Congreso de la República, se creó nuevamente (Paispamba, 2009).

Actualmente el Municipio de Sotará, cuenta con todos sus corregimientos, incluida la cabecera municipal Paispamba, que quiere decir país plano (CRC, 2011). Se

destaca que como territorio pluriétnico y cultural, es un espacio económico, territorial y étnico, que este año cumplió 75 años de haber sido creado, y crecido en aspectos políticos, económicos, sociales y culturales.

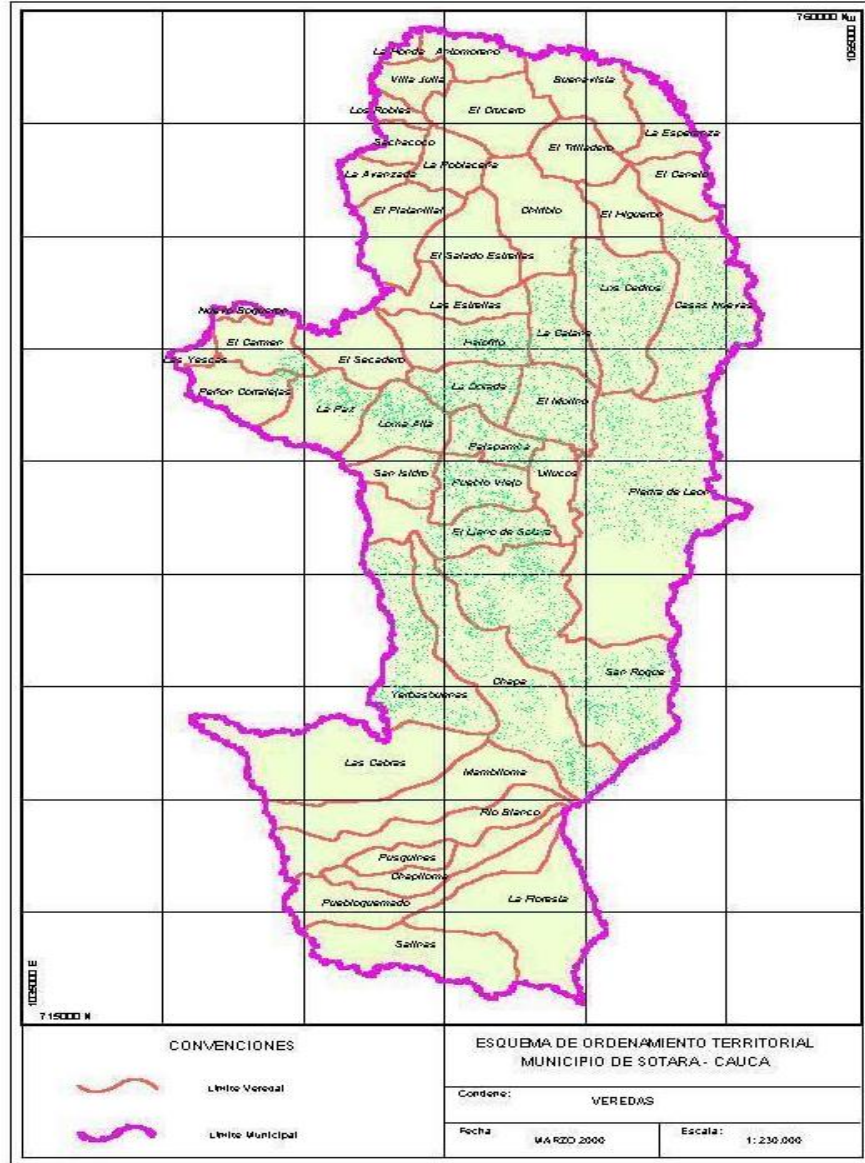
Figura 1. Mapa localización del municipio de Sotará



Fuente: SOTARA, ALCALDIA DE SOTARA, 2008.

Se considera de gran importancia la fundación de Paispamba, ya que implicó un espacio territorial, económico y étnico a diferencia del Resguardo de Rioblanco, en dónde la tierra es comunal y la población es de origen indígena. Establecido Paispamba como eje social y económico de la región, las fuerzas políticas del municipio reclamaron ante el estado su autonomía jurisdiccional, proponiendo a Paispamba como Cabecera Municipal, Es así que como por ordenanza N° 11 de 1931 se fijaron los límites, la Ordenanza N° 38 Art.15 aclara los límites y por Ordenanza N° 2 se creó definitivamente el Municipio (Sitio oficial del municipio de Sotará, 2011).

Figura 2. Mapa político de corregimientos y veredas municipio Sotará



Fuente. SOTARA, ALCALDIA DE SOTARA, Oficina de Desarrollo Comunitario, 2011.

Con la creación formal de este Municipio, se conformó su división territorial, en Once Corregimientos como Chapa, Paispamba, La Paz, El Carmen, Chiribío, Piedra de León, El Crucero, Sachacoco, Hato Frio, Buena Vista y Rio Blanco (Resguardo Indígena), los cuales “representan 16.027 habitantes aproximadamente” (Sitio oficial del municipio de Sotará, 2011) distribuidos de la siguiente manera, “51.5% Hombres; 48.5% Mujeres; de los cuales corresponden el 55.8% a población Mestiza y 44.2% a población Indígena” (Paispamba, 2009), quienes habitan en cuarenta y ocho veredas, legalmente constituidas hasta la fecha.

Dicha población, goza de contar con un desarrollo económico, basado en las actividades agropecuarias como la Ganadería, Agricultura, producción Forestal y Piscícola, Hortofrutícola (Lulo, mora, tomate, granadilla, café, yuca), explotación maderera y extracción de materiales de arrastre.

1.2 MARCO TEÓRICO PRÁCTICO

Con el propósito de enmarcar el alcance de esta Práctica Social, se presenta a continuación los conceptos fundamentales sobre los cuales gira el desarrollo de este proyecto, brindando herramientas de estudio y estableciendo categorías claras para el análisis del contenido. Aquí se encontrarán los conceptos de Comunicación Política, Marketing Político Gubernamental o de Gobierno, Opinión Pública y la Administración Municipal de Sotará “Comunidad en Acción”.

1.2.1 Comunicación política. Uno de los temas trascendentales en el manejo y proyección de la gestión de un Gobierno, ya sea nacional, departamental o municipal, es la orientación del componente de Comunicación Política, ya sea por la poca demanda de personal especializado en el tema o la falta de conocimiento que tienen los Administradores Públicos con base en su importancia.

Por tanto, se hace necesario remitirse a su importancia como eje estratégico para fortalecer la imagen del Gobernante y maximizar los beneficios y resultados del Plan de Desarrollo que lidere. La Comunicación es el fundamento de lo social, gracias a que permite la “construcción de sentidos, propicia inclusiones o exclusiones, genera identificaciones y redistribuye responsabilidades a través de los mensajes circulantes entre actores del conjunto social” (Martín Barbero, 2003), los cuales se encargan de fortalecer la construcción de los modelos de sociedad, o tal vez desmentirlos y repensarlos de otra manera.

Pensado de esta manera, y con el fin de analizar la Ciencia Social orientadora del proceso, es imprescindible hablar sobre la importancia de la Ciencia Política, siendo “una ciencia social que desarrolla su campo de estudio tanto en la teoría como en la práctica de políticas, la descripción y análisis de sistemas y comportamientos políticos de la sociedad con el Estado” (Wikipedia, 2011b), dicha definición entre una de las ya establecidas, sugiere la necesidad frente al tema de remitirse a la Comunicación Política, como componente de vital importancia para el manejo de la información política, “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (Chiavenato, 2006).

El término Comunicación Política, designa muchas manifestaciones, significados y maneras de ejecución, una de las más importantes es:

Si la comunicación es la transmisión efectiva de una información o mensaje a través de un canal y utilizando un determinado código, la comunicación política es la transmisión de un mensaje de contenido o trasfondo político. En la medida en que se utilicen canales propiamente políticos y se use un lenguaje característico de la política, nos será más fácil identificar el tipo de comunicación como política (Pérez, 2003).

Dicho esto, no es difícil afirmar que la comunicación ocupa un lugar relevante en cualquier actividad, igualmente esencial su papel en la política: por tanto, es determinante concertar en el mensaje político, lo que se dice, quién lo dice, cuándo lo dice y cómo lo dice, aspectos que permitirán a los ciudadanos – administrados asimilar o rechazar la información pública.

La comunicación política se distingue de la publicitaria, entre otras cosas, en que no en todos los casos, antes bien lo contrario, el comunicante compra un espacio y un tiempo en un medio y, sobre todo, en que su objetivo no es estrictamente la venta de un producto o servicio, sino conseguir la adhesión política (Canel, 1999).

En la Teoría de las Comunicaciones (Bobbio, Matteucci y Pasquino, 1995)⁵, el término de comunicación es entendido como un proceso social fundamental que implica y permite, dentro de un espacio y tiempo definidos, la construcción de sentidos (Rodríguez, 2004), los cuales se precisan a través de la circulación de mensajes en un sistema social. Esta se compone (Lemieux, 1995) de un emisor, un receptor, un mensaje, un contexto, un Código común a los primeros y, un contacto; para que estos elementos funcionen, disponiendo de unos recursos, los cuales se definen como orientadores de la acción, se deben desarrollar en siete categorías (Lemieux, 1995)⁶: Humanos, Estatutarios, Relacionales, Materiales, de

⁵Alrededor de la comunicación política se han presentado tres orientaciones en la ciencia política: 1. La estructural funcionalista, según la cual la comunicación es importante mas no esencial para la comprensión de los fenómenos políticos y se enfoca a la adaptación y conservación del sistema político. 2. La teoría de las comunicaciones, que hace de la comunicación su unidad de análisis principal, según esta la comunicación permite la formación de decisiones políticas (K. Deutsch). 3. Las investigaciones sociolingüísticas, las cuales se concentran en los efectos de un acceso desigual a los recursos de la comunicación sobre la distribución del poder político entre los distintos grupos organizados.

⁶ Los recursos humanos observan quiénes son los actores, los estatutarios observan la posición de los actores dentro del sistema, los relacionales observan como se desarrollan las relaciones de los actores – identificación, diferenciación o indiferencia – respecto a un tema o actor, los materiales observan los soportes necesarios para la participación en diversos órdenes, los de acción observan los mandatos que recaen sobre los actores, los informacionales observan la

Acción, Informativos y Normativos; estos recursos pueden habilitar o limitar a un actor en el proceso comunicativo.

La comunicación como fuente de toda interacción permite la construcción de lo social, y es allí donde la política toma lugar al ser esta “el conjunto de procesos de dirección y de coordinación de las actividades que desarrollan dentro del sistema social para la consecución de los fines a los que tiende el sistema” (Panebianco, 1997), lo que remite a que la política incida sobre la comunicación si se pretende afectar el ámbito social y viceversa.

Con base en lo anterior, debemos denotar que es en este momento donde la comunicación política, empieza a evidenciar su importancia, “consistente en la circulación de mensajes entre actores políticos que se encuentra enmarcada en los procesos de regulación de lo público” (Lemieux, 1995). Entendido de esta manera, es relevante indicar que la “comunicación política no es propaganda ni publicidad, ya que no se establece como un proceso de manipulación, imposición o instrucción de carácter político” (Utec, s.f.), por el contrario, la comunicación política, promueve “la participación de los agentes políticos para que estos puedan manifestar su poder político dentro del sistema” (Bobbio, Matteucci y Pasquino, 1995)⁷.

Por otra parte, la comunicación política propende a la construcción del poder y es un ejercicio constante de los actores políticos, permitiendo dinamizar el sistema político determinado por las acciones de selección e interpretación de los mensajes emitidos.

En el directo accionar de la comunicación política se requiere la transmisión de mensajes dirigidos a una colectividad, privilegiando a los Mass Media, como su soporte definido.

“Los medios de comunicación pueden influir directamente en los receptores, reflejar y transformar la realidad, influir en el clima de opinión y a través de su presencia en el espacio público, hacer creer a la población que la imagen que difunden en un fiel reflejo de la realidad. Los Medios por tanto, producen un efecto importante sobre el clima de opinión y si captan la atención del público a través de los temas que forman parte del espacio público informativo estarán contribuyendo

posesión de información respecto a otros actores y, los normativos observan las reglas y finalidades que dirigen la acción.

⁷ Según Panebianco, el Poder Político “es el medio que permite a la voluntad del centro de decisiones llevar a la práctica las decisiones suscitadas por la información externa”.

de una manera sutil, indirecta y a largo plazo, en la formación de la opinión pública” (Monzón, 1992).

Otro autor del cual se ha tomado referencia para desarrollar el proyecto de investigación y que ha efectuado estudios sobre el tema, es María José Canel, quien en su libro *Comunicación Política, Técnicas y Estrategias para la Sociedad de la Información*, muestra como los Medios y en sí la Comunicación Política cobra un papel importante en el momento de desarrollarse un confrontamiento político.

Con un ritmo más rápido del que muchos gobernantes hubieran deseado, los medios de comunicación han llegado a merecer calificaciones como la de agentes políticos, grupos de interés, grupos de presión, o miembros de la elite política. Bajo estas consideraciones se entiende que los medios de comunicación son verdaderos agentes de poder y que tienen un rango que se acerca al propio de las instituciones políticas (Canel, 1999).

En nuestro medio, especialmente durante el siglo XX y con mayor expectativa el siglo actual, que está influenciado por la tecnología, con la cual la comunicación se acorta con el internet, con una llamada; la sociedad global que todo lo pretende conocer, -por ejemplo se hace mas factible acceder a la información sobre la actividad política en Francia o China- se sumerge en toda esta información que la asedia y termina involucrándola en los acontecimientos a nivel macro y micro.

Canel, al igual que Maarek Phillip toma los conceptos de Territorios y Arenas de la Comunicación Política.

La idea de territorio hace referencia al ámbito en el que se realiza la comunicación política, que puede ser de carácter local, regional nacional o internacional. Son territorios de la comunicación política los estados, los partidos, los grupos de presión, los sindicatos, los movimientos sociales o las empresas. Es decir territorio, es lo que resulta de los factores de organización, de las estructuras, del contexto; todos estos son elementos que definen las fronteras de los actores de la comunicación política.

Las arenas de la comunicación política están constituidas por el conjunto de dispositivos, formulas, marcos, reglas y estrategias que definen las situaciones de interacción en las que se pueden enfrentar, evaluar, y difundir públicamente los discursos de los actores políticos. Así tenemos la arena de los debates, de los tribunales de justicia, de los talk shows, del periodismo de opinión de la prensa económica, de las ruedas de prensa o de los discursos políticos televisados (Canel, 1999)

Territorios y Arenas en los cuales se va a proyectar tanto la imagen política, como el discurso político del Gobernante, en esa actividad política, que según Canel "...la actividad política es el esfuerzo tendiente a desarrollar y utilizar el poder social organizado" (Canel, 1999), se puede definir el sistema político, como la parte de la sociedad que esta sostenida desde adentro, por el intercambio de la información en donde la comunicación es vista como parte de la infraestructura de la política.

En este orden de ideas, se hace necesario indicar que la comunicación política no se desarrolla en una sociedad moderna, sino en una sociedad de masas. Es en este campo donde los medios empiezan a jugar un papel determinante en dicha sociedad, al emprender la construcción de una realidad social. "Actualmente ya no está más en la pura esfera de la cultura e ideología sino en el centro de la economía y de la organización política (distribución del poder)" (Salinas, 1984).

La comunicación y la política se interrelacionan entre sí, por la influencia que generan, volviéndose interdependientes para someterse igualmente o para decidir cuál de las dos toma el poder. Es decir, la comunicación política además de trabajar y publicar asuntos del Estado y mediatizar la política, conlleva a forjar espacios para el desarrollo del discurso político el cual se ve intervenido por los medios, los políticos y la comunidad en un territorio en sí (Opinión Pública).

Para explicar mejor este postulado, se traerá a colación, los tres criterios para definir la comunicación política, definidos por el investigador en Ciencia Política, José Luis Exeni, quien afirma que:

A. Por sujeto: Se trata de la presencia e interacción entre actores que intervienen en la comunicación política, como los políticos, los operadores de los medios y actores sociales. B. Por objeto: Se aborda el intercambio de símbolos como los mensajes, el discurso y la información, que permiten la consecución de la agenda política. C. Por el ámbito comunicativo: Relación estrecha entre el sistema político y los Mass Media. También contempla la relación entre el sistema político y las sociedades (Exeni, 2005).

Con base en lo anterior podemos inferir que la Comunicación Política es la relación que mantienen los gobernantes y gobernados, en el marco de emisión permanente de mensajes políticos, a través de los medios de comunicación social regionales.

La interacción que los medios de comunicación hacen posible entre los ciudadanos y los políticos, permite que se dé un sistema político en el sentido en que éste es

considerado legítimo, porque los hechos políticos son visibles, no son hechos aislados ocultos para los administrados. Es sabido que cualquier hecho que no sea mediatizado es como si nunca hubiera existido. En el caso de la política es fundamental que los hechos sean registrados para lograr un efecto político, de familiaridad y de conocimiento (Wolton, 1998).

1.2.2 Marketing político. Se observa que el tema de comunicación política, va de la mano con el de manejo de la imagen política y discurso político que se encuentra sumergido en el tema del Marketing Político, tan de moda desde 1952, en las Elecciones Presidenciales de EEUU.

Es de destacar, que el Marketing Político, es una de las disciplinas en pleno auge en América Latina porque su desarrollo se enmarca en la mayoría de los actores políticos y gubernamentales, siendo para estos necesario el contar con una visión estratégica adecuada que sin ignorar la importancia de los contenidos sustantivos del proceso político, sea capaz de hacerlas llegar al electorado de una forma atractiva y entendible. Su marco histórico, se deriva desde el siglo XXI, aunque se aclara que el término Marketing, nace un siglo antes o un poco más.

Ya en la polis griega la oratoria era un arte y una estrategia política esencial. Aristóteles incluso llegó a plantear un modelo de organización del discurso persuasivo con fines políticos de lo que se deduce la importancia de la palabra y de la comunicación con intencionalidad para seducir a la audiencia (Marketing político, 2008).

No obstante, fue el desarrollo de las ciencias sociales las que dieron el impulso decisivo al marketing político moderno. La psicología, la ciencia del comercio de masas y el desarrollo de la teoría de la comunicación fueron la materia prima vital para el nacimiento de una disciplina con campo propio.

Remitirse al concepto de Marketing Político es evidenciar la necesidad que tienen los Políticos, como Candidatos y Gobernantes de desarrollar una “Campaña Permanente” teniendo en cuenta que su proceso de campaña no termina el día en que es elegido, en dicho momento se ejecuta una etapa, a posteriori se inicia el desarrollo complejo de un plan estratégico de fortalecimiento de su imagen política y la responsabilidad de proyectar a sus electores y comunidad en general la transparencia con la cual se maneja el poder y cargo encomendados.

La información es la materia prima de la democracia. Buscamos información o accedemos a ella para saber qué reglas nos rigen, qué obligaciones tenemos y

cuáles son nuestros derechos. Este conocimiento, es el fundamento de las decisiones que tomamos como ciudadanos. Exigimos información para ejercer un legítimo control político: la publicidad pública es una garantía de transparencia (Fundación para la libertad de prensa, 2009).

La destreza en el momento de plantear un diseño para obtener unos buenos resultados, en cuanto al tema de Marketing Político Gubernamental, se debe analizar desde el punto de vista del demandante, en este caso “un pueblo, unas masas”, a las que se debe convencer, persuadir, para lograr la respuesta favorable, como objetivos principales de la estrategia gubernamental.

El Derecho de acceder a la Información Pública desborda el simple deber del Estado de responder nuestras peticiones. Este derecho también impone una obligación triple del Estado: producir la información, archivarla y difundirla. En países como Colombia, donde se busca garantizar los derechos económicos, sociales y culturales, la información pública también permite saber hasta qué punto el Estado está progresando a través de sus políticas públicas (Fundación para la libertad de prensa, 2009).

Con base en el derecho a informar de manera oportuna y veraz, sobre la gestión pública, planes, proyectos, programas, actividades y eventos, que realice una Administración Local como la del Municipio de Sotará, es necesario asumir distintos retos, entre los cuales se resalta la falta de iniciativas de Administraciones pasadas de informar los procesos ejecutados, así mismo, el deber de culturizar y educar a los funcionarios y empleados públicos sobre la importancia de tener informada a la comunidad en general, desarrollando una comunicación interna en la que los integrantes de la Administración Municipal tengan un excelente nivel comunicativo entre ellos y fortalezcan su sentido de pertenencia, transparencia y honestidad hacia el territorio gobernado y hacia los recursos del Estado, además de realizar una comunicación externa, bajo los lineamientos de la Estrategia de Marketing Político Gubernamental, la cual será implementada por esta práctica social para que la Administración Municipal realice una rendición de cuentas hacia los habitantes de la región.

La comunicación es el fundamento de lo social, gracias a que permite la construcción de sentido, propicia inclusiones o exclusiones, genera identificaciones y redistribuye responsabilidades a través de los mensajes circulantes entre actores del conjunto social (Martín-Barbero, 2003).

A su vez, la Ley 489 de 1998, exige el desarrollo de un Plan Estratégico con el fin de Rendir Cuentas a las comunidades que no solo ejerce su ciudadanía sino

también el derecho a que sus recursos sean administrados y conocer la ejecución de los mismos por esta Entidad Territorial.

Rendición de Cuentas: Regula el Sistema de Desarrollo Administrativo al impulsar la rendición de cuentas, a través de la promoción de estrategias orientadas a fortalecer los sistemas de información de la Gestión Pública para la toma de decisiones y el Diseño de Mecanismos, procedimientos y soportes administrativos orientados a fortalecer la participación ciudadana en la toma de decisiones, la fiscalización y el óptimo funcionamiento de los servicios (Concejo municipal de Sotará, 2008).

En América Latina, el marketing político es de reciente aparición y se basa en el modelo norteamericano. Hace dos décadas existía desconfianza de parte de la clase política latinoamericana hacia toda actividad que mercantilizará la difusión de ideas y propuestas. Dicha impresión chocó a mediados de los ochenta, con un cambio de paradigma en la relación entre política y comunicación que obligó a adoptar nuevas formas de captar a los electores.

Durante la década de los setenta, el paradigma político latinoamericano condicionaba los medios de comunicación, imponiéndoles sus ritmos y reglas de juego. Era el tiempo de la centralidad política de la comunicación. Veinte años más tarde, se observa que la relación se ha invertido. Asistimos a un juego, en que son los medios de comunicación quienes imponen sus ritmos y reglas de juego a la actividad política. Es el tiempo de la centralidad comunicacional de la política (Marketing político, 2008).

Al referirnos sólo al término de Marketing, encontramos palabras claves como producto, servicio, mercado o marca. De la misma forma, ocurre en el ámbito político, ya que contamos con un producto, con un mercado y con una marca. Estamos, por tanto, en un caso similar al hablar de marketing político que debemos de tomar en casi, sentido similar.

Ajustándonos a una definición estándar de marketing podemos considerar que el marketing político es “acercar un producto, una idea o un servicio al ciudadano”. Desde nuestro punto de vista la ciudadanía ya no compra nuestros productos servicios o ideas, sino que lo que compra es lo que ese producto servicio o idea puede hacer por él” (Quesada, 2005).

Se trata de una especialidad del marketing cuyo objetivo final es “vender” una ideología, un programa y un candidato. Dicho concepto de marketing aplicado a una actividad política es sobre todo un magnífico sistema para influir en la opinión

de los votantes, para posicionar al partido o al candidato, respecto a sus competidores.

El marketing es una disciplina que utiliza diversas herramientas: investigación de mercados, segmentaciones, posicionamiento, notoriedad, que sirven para agregar un valor previamente determinado a una marca, en términos perceptibles por el consumidor.

El mercado, como componente básico de este concepto, es donde confluye la oferta y la demanda. El mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. El “premium” es el precio plus que un consumidor justifica en su elección, a veces, en términos racionales y en otras emocionales. Estos dos aspectos son básicos para la actividad política (Quesada, 2005).

Basados en que el Marketing Político, solo es posible en una sociedad donde exista una posibilidad real de elección, no se debe dejar de manifestar que este eje de la comunicación política, supone la interpretación de:

Parecería inadecuado utilizar la palabra marketing, que supone conceptos como mercado, producto, venta, consumidor, beneficio, etc., a una realidad como la política, que parece circular en otros rieles, o pertenecer a otro universo de fenómenos (Bonino, 1997).

Philippe J. Maarek en su libro Marketing político y Comunicación, nos presenta todo lo relacionado con respecto al tema de Marketing Político y la elaboración de una estrategia de Marketing para Elecciones Presidenciales (Reelección Presidencial), ya que por medio de su utilización, constituye un elemento más de la evolución imparabla, que están experimentando las sociedades modernas. De igual modo pone en cuestión no solo la Comunicación Política, sino al conjunto de la esfera política:

Esta transformación se ha visto favorecida por la marcada tendencia de los políticos a emplearlo, sin detenerse a pensar sus consecuencias a largo plazo, siempre preocupados por hacer uso de los medios mas efectivos, con que puedan contar, sobre todo al tratar de ganar la verdadera carrera, en que se ha convertido la campaña de comunicación política para las elecciones (Maarek, 1997).

Muchos políticos, aceptan voluntariamente una corta visión política a corto plazo, en aras de una buena eficacia. Pero lo cierto es que esta ha dado lugar a una acusada simplificación de sus mensajes, banalizándolos y originando un marcado distanciamiento entre los votantes y el elegido oficialmente. “En el caso, del marketing político, se trata de definir los objetivos y los programas políticos e influir en el comportamiento del ciudadano, sobre todo, al acercarse las elecciones.” (Maarek, 1997).

Lo plenamente especificado es que el Marketing Político, es entendido como mecanismo para obtener un resultado, preferiblemente favorable, que debe tener objetivos a corto y largo plazo, es decir verificar las consecuencias o los efectos de los planteamientos que se realizan antes de emprender una buena campaña electoral, según Maarek “Si bien el marketing puede aumentar considerablemente el prestigio de un político, eso no significa que pueda hacerle ganar automáticamente una elección (Maarek, 1997). Esto nos lleva a tratar otro tema inmerso en el concepto y es el de la búsqueda de blancos, es decir “la población susceptible de ser influidos por la comunicación política”:

Con respecto a la comunicación política se pueden hacer el mismo tipo de distinciones: El marketing político, es el método global de la comunicación política, dentro del cual, la publicidad política que hasta la segunda guerra mundial solía denominarse propaganda, constituye una forma de información política, unidireccional mediante pago (Maarek, 1997).

Con base en lo anterior, es menester indicar que el marketing político no puede funcionar sin un conocimiento previo de los fundamentos de los Medios de Comunicación que utiliza y tener claro la población objetivo, el *target group* al que se dirige. Cualquiera que sea el mensaje que un político quiera transmitir ha de efectuarse a través de un Medio. Actualmente, la utilización pertinente de los Medios es eficiente y efectiva para darse a conocer ante la audiencia, de igual forma la combinación de estos, es decir no solo los Medios Audiovisuales, sino impresos o radiales son importantes a la hora de planear una Estrategia de Marketing Político; en palabras de Maarek:

Hoy sabemos con seguridad que la combinación de una sucesión de comunicaciones en diferentes medios es mucho más eficaz que la simple utilización predominante de los principales medios audiovisuales. Pero el desarrollo y las experiencias del marketing político han demostrado que este no constituye una ciencia, con resultados previos y garantizados, y que ocurre lo mismo en la comunicación en general (Maarek, 1997).

1.2.3 Opinión pública. El concepto de opinión “-tomado de la expresión latina *opinio* y tal vez el sentido primitivo del término- se relaciona esencialmente con un estado cognoscitivo, una forma menor de conocimiento...opinión es equivalente a reputación, a consideración y a visión general de los demás,” (San Román, s.f,) es decir el término opinión como manera de exteriorizar lo que se piensa de lo que se tiene en frente sea individual o social.

Entre tanto, José Luis Dader, analiza el término opinión y le hace seguimiento a través de las distintas épocas, desde la Grecia clásica, pasando por la cultura romana, la edad media, edad moderna, hasta el siglo XIX, concluyendo que opinión es el concepto que se tiene respecto a algo o a alguien, o sobre una persona o una cosa (Dader, 2006). Ahora la opinión se hace pública cuando se expresa, cuando se exterioriza y aquí encontramos el término público que tiene el mismo sentido aunque diferentes autores lo tomen desde varias perspectivas; por ejemplo José A. San Román Ruiz, define la palabra público como: “La palabra latina *Publicus* fue con mucha probabilidad, un derivado de *publicus* o *populus* que quiere decir “el pueblo”, las masas” (San Román, s.f.). Se puede decir entonces que lo público es lo conocido por la mayoría de la gente.

Así lo conocido por las masas se hace opinión, cuando de estas exterioriza cada individuo su punto de vista, y así llegamos a lo que es opinión pública. Y se define en su sentido más sencillo como “la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad hacia hechos sociales que le reporten interés.” (Wikipedia, 2011a) Es decir hacer evidente lo que se considera común para una sociedad, que se ve afectada por decisiones de intereses que los involucran como individuos sociales.

La opinión pública se puede decir que surgió de la mano con la comunicación, aunque solamente se daba entre los señores notables (Wikipedia, 2011a). Con el paso del tiempo se fue conociendo cómo “*la opinión del pueblo*”, después cómo *opinión de la multitud*.

José A. Ruiz San Román tiene un concepto base sobre opinión pública:

Opinión pública es la opinión de todos, (mejor, del pueblo activo, del pueblo participante), sobre los asuntos que a todos afectan. O de otro modo: la opinión del pueblo sobre lo público. Insistiendo en que el pueblo que genera la opinión pública es un pueblo activo, participante, que se aleja del pueblo-masa, un pueblo al que se viene denominando “público” (San Román, s.f.).

Al remitirnos a la historia, se encuentra que Protágoras hace referencia a “creencias (opinión) de las mayorías”, Herodoto de la “opinión popular”, Demóstenes de la “voz pública de la patria”, Cicerón habla del “apoyo del pueblo” y Tito Libio de la “opinión unánime” (Tuesta, s.f.). Pero como es sabido, son los filósofos griegos quienes hacen los mayores aportes y precisiones. “Platón, hace por ejemplo una separación entre doxa (opinión) y epistema (ciencia), es decir el saber del vulgo, frente al auténtico conocimiento de la ciencia reservado a una minoría.” (Tuesta, s.f.) También encontramos a Maquiavelo, en su obra El Príncipe, quien desarrolla las ideas básicas de la comunicación política entre gobernantes y gobernados.

De igual forma continuarán grandes exponentes al respecto como Jürgen Habermas, o Pierre Bourdieu o Noëlle – Neuman, los cuales hablan al respecto:

Habermas concibe ésta como un debate público en el que se delibera sobre las críticas y propuestas de diferentes personas, grupos y clases sociales. La opinión pública no emerge solamente de la burguesía o de las élites sociales cultivadas, sino también de la gran masa de la población. Bourdieu ha afirmado, de manera célebre, que “la opinión pública no existe”, los medios de comunicación, además de tomar postura, difunden las opiniones que desean. Noëlle – Neuman desarrolla con notable repercusión su teoría sobre la espiral del silencio (1995). Según esta autora, el individuo, para no encontrarse aislado, puede renunciar a su propio juicio o evitar exponerlo públicamente si considera que no responde a la opinión dominante o a los criterios que socialmente están considerados como “normales” (Scribd, 2011).

2. ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE SOTARÁ “COMUNIDAD EN ACCIÓN”

La Administración Municipal de Sotaró “Comunidad en Acción”, empieza su período de gobierno desde el año 2008 hasta el 31 de Diciembre de 2011. Bajo el liderazgo y gestión del Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, Primera Autoridad del Municipio y Alcalde de Sotaró, quién bajo esta Modalidad ha gobernado este Territorio del Sur Occidente Caucaño, en dos ocasiones.

En la actualidad, la Administración Municipal cuenta con un equipo de gobierno, entre profesionales y técnicos que en su mayoría son jóvenes, los cuales han logrado trabajar por el Municipio de Sotaró con el fin de posicionarlo a nivel departamental y nacional como un ente territorial viable y eficiente.

Ahondando en el proceso administrativo concertado por la actual Administración se puede inferir que se tiene como Misión:

Establecer mejores condiciones de vida para los habitantes del Municipio de Sotaró, basado en aspectos tales como: Organización, participación activa y democrática de las diferentes comunidades, campesinas e indígenas en la toma de decisiones de vital importancia en el desarrollo del Municipio así como una administración con amplia experiencia, liderazgo, formación intelectual y profesional que sienten al Municipio como parte integral de su vida (Sitio oficial Sotaró, 2011).

El Equipo de gobierno ha visionado el Municipio de Sotaró, para el año 2011 como “una entidad territorial fortalecida en los sectores socio-económicos, culturales ambiental y comunitario que propenderá por el desarrollo integral y sostenible de sus habitantes y la convivencia pacífica en su territorio” (Sitio oficial Sotaró, 2011), con base en lo anterior, es imperiosa la necesidad de fortalecer los procesos comunicativos y relacionales entre la Administración Local y las comunidades, con el fin de transmitir todo tipo de mensajes relacionados con el desarrollo de las competencias públicas, enfatizado en el manejo de la Imagen Política y el Discurso Político de la Alcalde Municipal de Sotaró.

Estos procesos manifiestan que el ciudadano es considerado en la comunicación política como un “epicentro de la acción de gobierno local, que debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de ciudadano-administrado” (Campillo, 2011). Se trae a colación la cita, teniendo en cuenta que la Administración Municipal como tal no tiene en su estructura administrativa el cargo para que una persona idónea en el tema asuma los procesos de comunicación política y aplicación del Marketing

Político Gubernamental, siendo primordial el hecho de que se ejerzan estos procesos, con el fin de que proyecte la gestión realizada, dinamizando la estrategia de Marketing Político de Gobierno como una herramienta poderosa que permita justificar, ilustrar, y legitimar los procesos y decisiones políticas que se han concertado con las comunidades.

La publicidad institucional municipal, al igual que sucede en cualquier otro proceso publicitario, posee un fuerte componente persuasivo. Mediante ella se trata de convencer a los ciudadanos con argumentos razonados, se les incita a identificarse con determinadas causas, a participar e implicarse en otras desde el sentido de la corresponsabilidad y se construye una imagen de la institución municipal con una valoración altamente positiva⁸.

Bajo las funciones de administrar los asuntos municipales y prestar los servicios públicos que determina la ley, ordenar el desarrollo de su territorio y construir las obras que demande el progreso municipal, promoviendo la participación comunitaria y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y planificando el desarrollo económico, social y ambiental de su territorio, de conformidad con la ley y en coordinación con otras entidades (Sitio oficial Sotará, 2011), (entre otras funciones que en su lugar y tiempo se entrarán a analizar), se indica que la Administración Local desea aplicar condiciones favorables para el desarrollo y progreso del Territorio, para lo cual se debe implementar un plan estratégico en Marketing Político Gubernamental para proyectar hacia las comunidades las acciones ejecutadas y gestión realizada bajo el liderazgo del Señor Alcalde Municipal, el cual direcciona todos los procesos que desde su Gobierno se promuevan, con el fin de que sus ciudadanos – administrados, conozcan con

⁸ Siguiendo la clasificación de MOREU (2005), distinguimos, en función de su finalidad, seis categorías amplias: «la publicidad institucional de contenido informativo» como información a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, composición y funcionamiento de las instituciones municipales, servicios que prestan los ayuntamientos y actividades relacionadas, actos y procedimientos administrativos, actividades y proyectos ejecutados en el ámbito de sus atribuciones y competencias; «la publicidad de promoción social» basada en valores y conductas que consolidan la democracia, la libertad, la convivencia y la solidaridad en el contexto local, la implicación y sensibilización de la ciudadanía fomentando conductas o hábitos para la convivencia, el bienestar social o el compromiso con determinadas causas, así como la prevención y protección de la integridad física y material de los ciudadanos, favoreciendo hábitos saludables; cuando se utiliza «la publicidad como medida de fomento» se potencia el consumo de productos y el uso de servicios considerados de interés general, así como los sectores económicos propios del ámbito territorial de la Administración municipal. «La promoción turística» se centra en la imagen del territorio con tales fines así como en los valores o señas de identidad territorial o poblacional, mientras que los grandes proyectos, logros y resultados reflejados a través de balances de gestión y memorias, entre otros formatos, o las iniciativas singulares desarrolladas en un municipio, se enmarcan en «mensajes de autopromoción o imagen»; así mismo, nos encontramos con otros «mensajes de carácter comercial o lucrativo» que se refieren a la venta de productos municipales o a la contratación de servicios públicos.

transparencia y veracidad la información pública, el contenido de ejecución de planes, programas y proyectos que se han gestionado y desarrollado en este cuatrenio (2008 - 2011), siendo conscientes de la coyuntura que se maneja en este último año al ser estratégica la posición de informar y rendir cuentas permanentemente a las comunidades, generando con ello recordación dentro de los opositores y aliados para permear conflictos de interés político que se puedan presentar y así mejorar la imagen política del Gobernante: Hermógenes Obando Hoyos.

2.1 ESTRUCTURAR EL MENSAJE POLÍTICO A DIFUNDIR EN LAS JORNADAS DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Fue imperante la necesidad de mejorar la imagen política del Alcalde Municipal proyectando los contenidos de ejecución de la Administración Municipal de Sotará “Comunidad en Acción”, utilizando herramientas del componente de Marketing Político Gubernamental como la Rendición de Cuentas, teniendo la voluntad política de los funcionarios y empleados adscritos a la Administración Local, para prestarles la asesoría en estructura del discurso político e imagen política para proyectar a los grupos sociales y organizados pertenecientes a cada uno de los Once Corregimientos existentes en el Territorio, los cuales sin distinción de raza, sexo, creencias religiosas, escucharán y se informarán detenidamente sobre los asuntos públicos convirtiéndose en testigos, voceros y críticos permanentes hacia la gestión, fortaleciendo con ello, los procesos de gobernabilidad en la región, representada esta Jornada de Rendición de Cuentas en la “Obligación de los funcionarios públicos de informar y responder sobre su gestión y derecho de la ciudadanía a ser informada y solicitar explicaciones sobre las acciones y decisiones de la Administración” (DNP, 2007).

De igual forma el análisis del discurso político, puede hacer aportaciones serias al análisis de estructuras, conflictos y problemas sociales complejos, como por ejemplo los de poder, la dominación, la desigualdad, la explotación y la opresión. Temas primordiales para pensar y repensar en el momento de plantear un buen discurso político ante una audiencia general que es receptora de lo que un Gobernante expone y lo que está sucediendo, en el contorno de su sociedad, los problemas o las satisfacciones que son vivencias diarias, y que se espera que en el momento de elegir un representante sean llevadas a cabo o culminadas.

Siempre será muy superficial decir que en un texto con estas o aquellas propiedades ha causado que un oyente actuara de manera particular. Aun si es obvio que un texto particular fue el único motivo de la acción de una persona todavía no nos explicamos porque fue así (Van Dijk, s.f.).

Esta influencia en el comportamiento, hace que el desarrollo del discurso político sea interesante y con un buen contenido, es por esto que su análisis resulta preponderante para plantear una buena estrategia de Marketing Político Gubernamental, la condición general de la satisfacción de que una persona haga algo y que el resultado y/o las consecuencias de ese resultado sean idénticas a las que el agente quería causar con su hacer, es por esto que el contenido del discurso planteado por el que lo emite, va cargado de influencia, y es pertinente optimizarla para sustraer resultados efectivos.

El discurso político se desarrolla en un contexto social, por esto es debido determinar con precisión, cada uno para cada tipo de contexto, según las circunstancias particulares:

Una sesión en una corte nos permite usar actos de habla y tipos de discurso diferentes de los del habla cotidiana o de un intercambio de cartas. En un periódico se dan discursos como noticias, comentarios, anuncios, reseñas, etc. así que es necesario determinar el posible alcance de los tipos de discurso para cada tipo de contexto social y su marco (Van Dijk, s.f.).

En el diseño de discurso político en Marketing Político Gubernamental al igual que en los terrenos de la comunicación política, tienen diferentes tipos, los cuales enmarcan el contexto social de la comunicación pública y requieren de una extensa investigación, para hacer objetivo lo que se pretende:

Así se puede hablar de tipos de discurso: Persuasivos, gracias a las funciones específicas que tienen en común, pero ese grupo incluiría una variedad de tipos tan diversos como conversaciones cotidianas, propaganda, anuncios y discursos públicos, “narrativos” por sus estructuras esquemáticas o de “sonetos”, basándonos en esquemas métrico-prosódicos específicos. Y finalmente hablaremos de discursos “legales” por los contextos institucionales específicos en los que estos funcionan (Van Dijk, s.f.).

Según el autor el tipo de discurso político al cual se tendría que hacer referencia, para este caso específico de investigación sería el del Discurso Persuasivo, ya que lo que se pretende es incentivar a cierto individuo a que tome una decisión que el Gobernante, en este caso quiere que tome; es decir en palabras de Van Dijk, persuadirlo de que “lo elija”, como mejor opción.

En definitiva el discurso político es un instrumento de gran importancia a la hora de plantear una estrategia de Marketing Político Gubernamental, ya que ejerce un

impacto en las relaciones sociales, ya sea de individuo a individuo en actitudes e ideologías a pesar de las diferencias.

Discurso Político, que finalmente va a optar por aceptar o rechazar lo que ve u oye, ya que no solamente es la actitud del que emite el mensaje, si no todo el contexto. Va a reflejar sus costumbres, creencias, valores, su personalidad encerrada en un tiempo y un espacio mínimo, del cual depende su éxito o fracaso.

De igual forma la implementación en el momento de estudiar lo que se debe proyectar con una buena imagen política es relevante, a la hora de elaborar la estrategia en Marketing Político Gubernamental. Y así nos lo muestran con su libro Carlos Fernández Collado, Roberto Hernández Sampieri, Eliseo Ocampo Jaramillo, en su Publicación Marketing Político e Imagen de Gobierno en Funciones, el cual desagrega muy detalladamente las estrategias a implementar en el Marketing Político Gubernamental, además de que presenta que la imagen del Gobernante es al igual que el desarrollo del discurso político, primordial, para la Administración de su Gobierno.

Existen elementos de la imagen del candidato que son indispensables, así como un producto no puede competir en el mercado si no tiene calidad o cualidades intrínsecas (por ejemplo, un refresco que no tenga un buen sabor, un envase que invite a beberlo o que no se ofrezca frío), un candidato que no goce de credibilidad o que no se perciba como honesto y sensible no tiene la posibilidad de éxito en una elección (Fernández, Hernández y Ocampo, 2004).

Es decir, todo va estrechamente relacionado, y en el campo del accionar político, todo está en la mira de las masas, que son quienes en última instancia los que toman la decisión de ser representados en una democracia pasiva, que cada vez suele ser mayor influenciada por los mecanismos del mercado, que es garante, y que de igual forma se va a ver involucrado en lo temas concernientes al Marketing, y para este caso Marketing Político Gubernamental.

La puesta en escena de la imagen del gobernante, así como el discurso político tienen unos ejes o factores en “donde se apoyaran las acciones de comunicación que se difundirán en forma paralela al mensaje central.”, estos ejes deben coincidir con la biografía del Gobernante, así como con la de los partidos a los cuales representa: “Buen gobierno,(difusión de resultados de éxito), Líderes carismáticos, Cercanía con los ciudadanos, Honestidad certificada, Actitud de servicio comunitario, Cohesión interna” (Fernández, Hernández y Ocampo, 2004). La imagen política constituye una construcción tanto en la emisión como en la

recepción, y los especialistas en Marketing Político elaboran sus componentes con mayor o menor precisión; pero con todo, la imagen política sólo toma su forma real cuando ha sido percibida e interpretada por el individuo receptor.

Esta investigación, esta ligada al mensaje político, que ha mediado en la estrategia de Marketing Político Gubernamental, elemento útil para llegar a todos los niveles, incluyendo el educativo, al transmitir varios mensajes, logrando que los mensajes políticos permanezcan en el tiempo y que se puedan repetir, logrando como lo dicen los autores la presencia gráfica del gobernante, su propuesta y su familia, permitiendo enviar mensajes firmados y personalizados a una persona o grupo. En una estrategia de marketing político gubernamental es fundamental conseguir que reporteros, escritores y analistas se expresen a favor del Gobernante.

Una de las principales ventajas de desarrollar estos procesos de rendición de cuentas en el Municipio de Sotará, es que no existe una cultura definida en la aplicación de esta herramienta, por tanto se legitimarán las decisiones de la Administración Pública, ya que por ser un procedimiento abierto, “la audiencia permite la participación directa e individual de manera organizada, generando los mecanismos democráticos apropiados para promover la participación ciudadana” (Gobierno regional de Ica, 2011).

Así entendida, la jornada de rendición de cuentas se convierte en una oportunidad para la Administración Municipal “Comunidad en Acción” de presentar ante todas las fuerzas vivas del Municipio de Sotará, todos los procesos ejecutados, mejorando su imagen política y proyectándose como un equipo responsable y capaz de liderar los procesos de desarrollo local sostenible.

Por tanto, se desarrollaron importantes actividades, que fortalecieron la realización de las Jornadas de Rendición de Cuentas, a saber:

2.1.1. Realización de un Taller dirigido a los seis Jefes de Dependencia y al Señor Alcalde Hermógenes Obando Hoyos. El Palacio Municipal fue el sitio escogido para desarrollar el Taller sobre Comunicación de Gobierno en el Municipio de Sotará, el cual le brindó herramientas necesarias a los Jefes de Dependencia y al Alcalde Municipal, para llegar a las comunidades de ciudadanos – administrados con sentido de pertenencia, humanidad, humildad y carisma, los cuales siendo servidores públicos deben atraer a las masas, proyectando seguridad y confianza en sí mismos, siendo negociadores eficientes y con poder para conducir a los grupos, en la aceptación al desarrollo social establecido y ejecutado, además se instruyó sobre la importancia de informar a las comunidades la gestión realizada, informes y presentaciones en las que deben

seducir y persuadir, con verdad y honestidad a estas comunidades quienes han confiado su presupuesto municipal para que sea administrado por dicho personal estatal.

2.1.2. Desarrollo de las Jornadas de Rendición de Cuentas por Cada uno de los Once Corregimientos. Con base en el contenido a proyectar por cada una de las dependencias, se asesoró a cada coordinador sobre la forma de presentar dichos informes a la comunidad de cada uno de los once corregimientos, fortaleciendo la imagen política de la Administración y estructurando el mensaje político para que genere el impacto requerido dentro de la población objetivo, transmitiendo confianza, certidumbre y credibilidad a la ciudadanía.

Con el fin de fortalecer dentro de la población objetivo el mensaje político de pertenencia y arraigo por las manifestaciones culturales y símbolos municipales de Sotará, se inició las Jornadas establecidas con la entonación de los Himnos de Colombia, Cauca y Sotará, proyectando la letra de cada uno.

Mientras cada funcionario o coordinador realizó su presentación de gestión, se proyectó un nutrido registro fotográfico que plasmo toda la gestión y ejecución presupuestal.

Teniendo en cuenta que las Jornadas de Rendición de cuentas, tuvieron como fin proyectar la humildad, profesionalismo, carisma, sentido de pertenencia, transparencia y respeto por el erario público, se proyectó en una presentación regional los datos personales de cada uno de los funcionarios y empleados de la Administración en cuestión, ya que se quería que los ciudadanos – administrados confíen en la ejecución que realizan, y entiendan que más que ocupar un cargo de renombre ellos ante todo son servidores públicos y son competentes frente a sus cargos.

2.2 ESTRUCTURAR EL MENSAJE POLÍTICO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES Y LA PÁGINA WEB OFICIAL

Para realizar este objetivo, se hace relevante estructurar el mensaje político destacando la gestión gubernamental realizada por esta Administración Municipal en cuestión, e informar a los ciudadanos – administrados a través de Comunicados de Gobierno, los cuales se han proyectado en los Medios de Comunicación Radiales a nivel departamental y en la página web institucional de Sotará: <www.sotara-cauca.gov.co>₁, además de organizar el mensaje político de

las actividades, eventos, proyectos y convocatorias lideradas y desarrolladas por la Administración Municipal de Sotar, en la página web Municipal, con el fin de impulsar a través de las TIC”S, implementando la comunicación política on line, para otorgar la posibilidad de administrar los contenidos de gestión en la página oficial del Municipio a través del Programa Gobierno en Línea.

Claro está, que dentro de la aplicación del Marketing Político Gubernamental se requiere de la concertación con los Medios de Comunicación del ámbito local y regional para que dentro de sus Agendas Setting quede programado el mensaje político que se ha estructurado del Alcalde Local para mejorar su imagen política, ya sea en la ejecución de programas y el Plan de Desarrollo Municipal “Comunidad en Acción”.

Teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión, también conocido por el anglicismo de *teoría de la **agenda-setting*** postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. El punto central de esta teoría es la capacidad de los *Mass media* para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia. Del mismo modo, deciden qué temas excluir de la agenda.

Más claramente, la teoría del "establecimiento de la agenda" dice que la agenda mediática, conformada por las noticias que difunden los medios informativos cotidianamente y a las que confieren mayor o menor relevancia, influye en la agenda del público (Shaw, 2011).

Teniendo en cuenta que la mayoría de los pobladores campesinos e indígenas del Municipio de Sotar, tienen como hábito primordial para obtener la información de su Municipio, acceder a los medios de comunicación, sobre todo radiales, se implementó la siguiente estrategia:

Se mantuvo una relación fluida y cercana con los Medios de Comunicación. Como Institución se conoció individualmente al corresponsal de cada medio, se le trat bien, se le “facilitaron todos los recursos necesarios para realizar la cobertura, y a través de visitas, llamadas telefónicas, se mantuvo la regularidad del contacto” (Canel, 1999).

No se mostraron preferencias en el trato hacia los periodistas, mejor aún se fue imparcial y no se brindó privilegios personales.

Para la realización de los Comunicados de Gobierno, se procedió de la siguiente manera:

Con base en la coyuntura, acontecimiento de última hora, actividad o gestión que el Alcalde Municipal, Hermógenes Obando y los Secretarios de las Dependencias adscritas a la Administración Municipal “Comunidad en Acción” quisieran informar a las comunidades sotárenas, se prestó una importante asesoría y se estructuró el mensaje político de los Comunicados de Gobierno a difundir, acciones realizadas con el único fin de enaltecer la gestión desarrollada por esta Administración.

Teniendo en cuenta, que el mundo moderno ya está en un proceso de globalización y que la utilización de la TIC”S, se hace cada más evidente y necesaria, se puede resaltar que el Marketing Político Gubernamental no puede ser ajeno a este panorama, para lo cual se deben insertar los procesos de desarrollo y gestión de la Administración Municipal de Sotará, a la comunicación política on line, lo cual otorga la posibilidad de administrar sus contenidos de gestión en la página oficial del Municipio a través del Programa Gobierno en Línea.

En el contexto actual, la gente cada vez consume menos los medios tradicionales como el diario. Hoy uno convive muchas horas frente a la PC o al celular y esto hace que estemos conectados con otros pares. Si la comunicación institucional y el profesional pueden aprovechar las herramientas que genera estar en contacto con otros y dedicar un tiempo a lo personal en el trabajo (ej. Facebook, Twitter) para la llegada de mensaje sería perfecto. La comunicación institucional se ve totalmente beneficiada por la tecnología: Internet, redes sociales, páginas web, toda esa plaza pública, lo que en la antigua Grecia se denominaba en ágora, donde ahora todos somos iguales porque no hay un líder (Larrea, 2010).

2.2.1 Comunicados de gobierno. Los Comunicados de Gobierno que se enviaron a los medios de comunicación radiales y se difundieron en la página web oficial del municipio, fueron los siguientes:

ALCALDE DE SOTARÁ, ELEGIDO COMO EL MEJOR ALCALDE DEL CAUCA ANTE EL PROGRAMA FAMILIAS EN ACCIÓN

Gracias a la excelente gestión realizada por el Programa Familias en Acción en el Municipio de Sotará y a su vez el respaldo decidido e importante compromiso que mantuvo el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, Alcalde Municipal de Sotará, en

este cuatrenio 2008 – 2011, fue elegido como el Mejor Alcalde a nivel departamental ante este Programa Nacional.

Esta decisión se tomó en la Asamblea General 2011 organizada por la Unidad Coordinadora Regional y con los Enlaces del Programa Familias en Acción, liderada por la Directora Regional Cauca, Emma Inés Caldas Mejía, quién resaltó que “el Alcalde de Sotará, se ha destacado por participar y apoyar activa y permanentemente en nuestras actividades, además de destacar nuestro programa como uno de sus logros en la Administración”.

CON CIFRAS DEMOSTRAMOS NUESTROS COMPROMISO GUBERNAMENTAL

ACTIVIDAD	INVERSIÓN	AÑO
Suministro de víveres para ofrecer la alimentación a los participantes de la 1° Asamblea Mpal. del Programa Familias en Acción.	\$5.0000.000	2008
Suministro de víveres para ofrecer la alimentación a los participantes de la 2° Asamblea Mpal. del Programa Familias en Acción.	\$3.900.000	2008
Compra de bienes y elementos para apoyo del Programa Familias en Acción del Resguardo Indígena de Rio Blanco	\$12.000.000	2009
Suministro de refrigerios para el evento de Madres Líderes del Programa Familias en Acción	\$2.575.000	2010
Compra de bienes y elementos para apoyo del Programa Familias en Acción del Resguardo Indígena de Rio Blanco	\$12.980.000	2010
Suministro de Refrigerios y Pago de Transporte para la realización de los Tres Encuentros de Cuidado, organizado por las Madres Titulares en diferentes zonas.	\$3.000.000	2011

SUPERAMOS METAS DE ATENCIÓN A POBLACIÓN VULNERABLE FAMILIAS EN ACCIÓN

El proceso de capacitación y los subsidios entregados por el Gobierno Nacional y nuestro Municipio a las familias de nivel 1 del Sisben, en el marco de los programas Familias en Acción y la Estrategia UNIDOS de la Presidencia de la República y Acción Social respectivamente, arrojaron positivos resultados en la superación de la pobreza extrema en Sotará.

NUESTRAS FAMILIAS EN ACCIÓN REPORTADAS EN CIFRAS OFICINA ENLACE MUNICIPAL ZONA CAMPESINA

- ✓ Inscritas a junio de 2008: 574 Familias.
- ✓ Ampliación de cobertura diciembre de 2008: 500 Familias.
- ✓ Ampliación de cobertura marzo 2009: 590 Familias.
- ✓ Total de familias inscritas a diciembre de 2011: 1.664 Familias.
- ✓ Beneficiarios en Salud (menores de 7 años): 420 beneficiarios
- ✓ Beneficiarios en Educación (mayores de 7 años y menores de 18 años): 1.708 Sotareños.
- ✓ Beneficiarios en Educación Primaria: 697 personas.
- ✓ Beneficiarios en Educación Secundaria: 1.011 personas.
- ✓ Madres Líderes: 16 Madres.

“Cabe mencionar que cada ML debe tener a su cargo máximo 60 titulares, es por eso que en algunas zonas se tiene hasta dos Madres Líderes”

- ✓ Madres Veedoras: 15 Mujeres
- ✓ Encuentros de Cuidado: 38
- ✓ Asamblea municipal informativa: 1

De igual forma, Alba Castro, Madre beneficiaria de la Vereda Mambiloma en Sotar, indicó que “Felicit al Alcalde Hermógenes Obando porque siempre ha estado pendiente de nuestras necesidades en el Municipio y este reconocimiento es más que merecido por su gran apoyo”, así como también Paola Alexandra Hormiga, Madre Beneficiaria del Resguardo de Rioblanco, “Quiero darle un agradecimiento y felicitación a nuestro Alcalde de Sotar, por su compromiso y apoyo a la población indígena y campesina municipal”, indicó.

De esta manera, y por cumplir con tan excelente gestión y don de servicio el Alcalde Municipal Hermógenes Obando Hoyos, fue escogido como el Mejor Alcalde en el Departamento del Cauca por su compromiso con el Programa Familias en Acción, además de ser postulado ante el Presidente de la República Juan Manuel Santos, para la selección de los tres mejores Alcaldes en esta categoría, los días 20, 21, 22, y 23 de Noviembre en la ciudad de Cartagena.

COMUNICADO DE GOBIERNO

El Alcalde de Sotar, opina sobre el Proyecto de Ley N. 059/09 Cámara "por el cual se declara Patrimonio Ambiental y Ecológico el ecosistema estratégico del Macizo Colombiano"

Con base en la reunión llevada a cabo el pasado 25 de Agosto en la ciudad de Bogotá, en la que los Representantes a la Cámara, Crisanto Pizo y Luis Enrique Dussán, presentaron el Proyecto de Ley N. 059/09 en la Comisión Quinta de la Cámara de Representantes, proyecto que propone declarar al Macizo Colombiano como Patrimonio Ambiental y Ecológico, en el marco del evento al que asistieron algunos mandatarios locales y organizaciones en representación del Departamento del Cauca, como el Alcalde de Sotar, Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, quién no sólo asistió como burgomaestre de su entidad territorial, sino también como Presidente de la Asociación de Municipios del Cauca.

Tras la presentación de este importante Proyecto de Ley, Obando Hoyos, afirmó que “como representante de la Asociación de Municipios Caucanos, le solicite a los proponentes del Proyecto de Ley, la creación del Fondo de Compensación Ambiental con el fin de promover la inversión en proyectos de reforestación y ordenamiento de micro cuencas para fomentar la protección de nuestro Medio Ambiente, dicho rubro beneficiará a los Municipios pertenecientes al Macizo Colombiano”.

A lo que agregó “Todos los Municipios y actores estamos de acuerdo con la propuesta de declaratoria, claro esta, que estas normas no sólo delimiten al Macizo Colombiano, sino que blinden el accionar contra el ecosistema”.

De otra parte, Mario Andrés Delgado, Director de la Asociación de Municipios de la Estrella Fluvial del Macizo Colombiano, quién también asistió al evento, afirmó que “Los Alcaldes cuyas entidades territoriales pertenecen al Macizo Colombiano, piensan que la Ley es buena, ya que resalta la riqueza de la Biosfera, pero solicitan a la Cámara de Representantes que tenga en cuenta la destinación de recursos para esta zona”.

Los representantes por el Departamento del Cauca, que asistieron al evento en Bogotá, solicitaron a la Comisión Quinta de la Cámara de Representantes, concertar una reunión en el Macizo Colombiano, con el fin de presentar a los Congresistas Caucaños, a las Organizaciones, Asociaciones, Resguardos Indígenas y Administraciones Municipales adscritas al Macizo Colombiano, este Proyecto de Ley de gran envergadura para el desarrollo y protección de nuestro ecosistema regional.

COMUNICADO DE GOBIERNO

ALCALDE DE SOTARÁ, APOYA EL SECTOR GANADERO DE SU REGIÓN

Gracias al compromiso que siempre ha mantenido el Alcalde de Sotará, Hermógenes Obando Hoyos, con el sector agropecuario y ganadero de la región, convocó a los médicos veterinarios Samuel Ayerbe y Esteban Esparza de FEDEGAN, Luis Jaime Paz, Director del Comité de Ganaderos del Cauca, Ana María Rodríguez, Directora Oficina Banco Agrario Sotará, Representantes de ASPROLESO y los Presidentes de las Juntas de Acción Comunal de Buena Vista, Paispamba, Villa Julia, Hato Frío y el Concejal Alfredo Urrea, para llevar a cabo la primera reunión de sensibilización al sector ganadero sobre la importancia de integrarse como Comité Municipal.

En primera instancia, “lo que se busca es integrar una comisión para definir las políticas que se tendrán en cuenta para la creación de este Comité”, anotó Yesid Paz, Secretario de Agricultura Municipal.

Teniendo en cuenta que el sector ganadero es el primer renglón económico de Sotará, seguido por el sector cafetero, la Administración Municipal “Comunidad en Acción” ha querido unir a estos ganaderos de la región “ya que agremiamos a todas las organizaciones existentes y a todos los campesinos que realizan este oficio tradicionalmente, permitiendo que este Comité sea una oportunidad para conseguir la prestación de servicios, capacitarse, mejorar las condiciones productivas y posicionar sus productos en el mercado, destacando que un 70% de la comunidad sotareña es ganadera”, concluyó el Alcalde Obando Hoyos.

La mayoría de personas de la región que pertenecen a este importante sector ganadero, no cuentan con las condiciones para mejorar su productividad, promoviendo la eficiencia y tener una producción óptima, “mejorando los pastos, los procesos genéticos, controlando enfermedades, y por supuesto el tener un Comité de Ganaderos permite la obtención de recursos y la gestión de proyectos”, indicó Lorena Villamarín, Asesora de la Secretaria Agropecuaria de Sotará.

El próximo 9 de Septiembre de 2011, a las 9 am, se llevara a cabo en Paispamba, un encuentro con el fin de diseñar los estatutos, objetivos y metas de gestión para oficializar la creación del Comité Municipal de Ganaderos de Sotará.

COMUNICADO DE GOBIERNO

EXCELENTE, ES LA GESTIÓN EN INFRAESTRUCTURA QUE VIENE DESARROLLANDO EL ALCALDE MUNICIPAL DE SOTARÁ, INGENIERO HERMÓGENES OBANDO HOYOS

Con una importante gestión de recursos por parte del Programa Acción Social, que asciende a los Seiscientos Cuarenta millones de pesos, el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, Alcalde Municipal de Sotará se siente satisfecho ya que con estos rubros se llevarán a cabo importantes obras que beneficiarán y mejorarán la calidad de vida de tres Corregimientos del territorio sotareño.

Las obras a desarrollar son las siguientes:

- Construcción Polideportivo Manuel Dolores Chicangana de la Institución Educativa Los Comuneros del Resguardo Indígena de Río Blanco, proyecto que tiene un costo de \$255.340.909 pesos.
- Construcción de Un Polideportivo en el Corregimiento Corralejas, ejecución que tiene un valor de \$240.000.000 pesos.
- Construcción de Tres Aulas Escolares en la Institución Educativa del Corregimiento de Piedra de León, proyecto que se ejecutará por un rubro de \$153.204.545 pesos.

Estos proyectos serán ejecutados por la Federación Nacional de Cafeteros y el Comité de Cafeteros del Cauca.

Se destaca que el próximo Miércoles 27 de Julio del presente se llevará a cabo la conformación de veedurías y la socialización del proyecto en el Resguardo Indígena de Río Blanco en horas de la mañana y en horas de la tarde en el Corregimiento de Corralejas, así como también se llevará a cabo una jornada similar en el Corregimiento de Piedra de León, reuniones dirigidas a la comunidad educativa, líderes comunitarios, población indígena y grupos culturales, quienes bajo el acompañamiento de la Administración Municipal, el Comité de Cafeteros Cauca y los contratistas de las obras, conocerán la importancia y el impacto de estos proyectos.

COMUNICADO DE GOBIERNO

LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL INVITA A LOS SOTAREÑOS A DECIR ¡NO A LA DROGA!

Preocupado por la salud y bienestar de la juventud Sotareña, el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, Alcalde de Sotará, ha diseñado un plan estratégico para prevenir el flagelo de drogadicción que se viene presentando en el Resguardo

Indígena de Río Blanco, por tanto, vinculó a la Fundación Monte Sinaí en el proceso de capacitación para tratar esta problemática que se viene presentando.

Carlos Benítez y Sergio Fernández, Director de la Fundación y Psicoterapeuta respectivamente, realizaron una serie de talleres con la comunidad docente, padres de familia, estudiantes de las Jornadas Diurna y Nocturna de la Institución Educativa Los Comuneros, así como también visitaron algunos hombres menores y mayores de edad, quienes han sido retenidos por la Guardia Indígena para el pago de sus deudas bajo los lineamientos de la legislación indígena.

“Es importante que la Administración Local hayan tomado cartas en el asunto, porque la problemática que se vive en este Resguardo es de tener en cuenta, y concertar con las comunidades, el Cabildo y la Administración medidas drásticas para detener este flagelo, que más que un problema es una enfermedad que está deteriorando la vida de nuestros niños, jóvenes y adultos”, indicó Sergio Fernández, Psicoterapeuta de la Fundación.

COMUNICADO DE GOBIERNO

ALCALDE DE SOTARÁ, RINDE CUENTAS A SUS COMUNIDADES SOTAREÑAS

Con gran éxito, la Administración Municipal de Sotará, liderada por el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, viene adelantando sus jornadas de Rendición de Cuentas. Los pobladores de los Corregimientos de Paispamba, Chapa y La Paz, fueron testigos del compromiso y gestión que el Gobierno Actual viene desarrollando en sus localidades. Más de doscientos líderes apoyaron cada una de las reuniones llevadas a cabo en cada uno de los tres corregimiento que hasta la fecha se han visitado, los cuales prestaron atención los informes entregados por el grupo de funcionarios y empleados de las diferentes dependencias de la Alcaldía Municipal de Sotará, quienes rindieron un informe detallado de la inversión realizada en las vigencias ejecutadas (años 2008, 2009, 2010 y 2011), las cuales han beneficiado a la comunidad Sotareña.

Este espacio, permitió para que el Alcalde Obando Hoyos, le informará a la comunidad de Chapa, las gestiones que se han adelantado en beneficio de este Corregimiento en lo que va corrido del 2011, “Conseguí la aprobación de Cien Millones de pesos, para la adecuación de la Vía Chapa – San Pedro Alto y estoy gestionando la aprobación del proyecto para la vía Timbío – Paispamba – Chapa, así como también les solicito muy comedidamente organizar los Comités de Veeduría para Vías, permitiendo el control, respaldo y seguridad por parte de la comunidad para ejecutar el proceso transparentemente”, concluyó Obando Hoyos.

COMUNICADO DE GOBIERNO

LOS SOTAREÑOS, CONCERTAN SU MANUAL DE CONVIVENCIA Y SEGURIDAD CIUDADANA MUNICIPAL

Gracias al apoyo brindado por la Gobernación del Cauca y la importante gestión que realiza en el sector comunitario el Alcalde Municipal de Sotará, Hermógenes Obando Hoyos, la Administración Local, ha podido adelantar el proceso de concertación para la creación del Consejo que conformará el Manual de Convivencia y Seguridad Ciudadana a nivel municipal, el cual “tendrá como finalidad plasmar las diferentes problemáticas que aquejan en estos órdenes a las comunidades en un contexto jurídico, para así tener todas las posibilidades de actuar efectivamente al respecto”, así lo manifestó Ricardo Moreno, Comisario de Familia de Sotará.

El Consejo estaría integrado por personal de la Administración Municipal, liderado por la Secretaria de Gobierno Local, el Comisario de Familia y el Comandante de la Estación de Policía de Paispamba, representantes del Concejo Municipal de Sotará y de las comunidades de los corregimientos, de igual forma a todos los sotareños interesados en participar de este proceso tendrán las puertas abiertas para que lo integren.

Alrededor de seis reuniones de capacitación para la población en general en temas de convivencia y seguridad ciudadana se han desarrollado, con el fin de concertar el listado de líderes y funcionarios a integrar el Consejo y se empezaría a conformar el Manual de Convivencia.

COMUNICADO DE GOBIERNO

ALCALDE DE SOTARÁ, PROTEGE EL MEDIO AMBIENTE DE SU REGIÓN

Un final feliz tuvo “Jamesito”, el Oso Andino, que acompañaba a un hogar del Resguardo Indígena de Río Blanco, Sotará.

Tras haber perdido a su madre Osa y a su hermano, el Oso Jamesito, como cariñosamente le llaman, fue adoptado temporalmente por una familia de Río Blanco, Sotará.

El Alcalde Municipal de Sotará, Hermógenes Obando Hoyos, dando cumplimiento a las normas establecidas por la Corporación Regional Autónoma del Cauca y Parques Nacionales Naturales de Colombia, concertó con dichas Entidades, el manejo del caso del cuadrúpedo para brindarle mejores condiciones en su hábitat. Entre tanto, las autoridades encargadas de velar por el bienestar de la fauna, flora y biodiversidad en el Departamento del Cauca, se reunieron en Paispamba, Cabecera Municipal de Sotará, para definir el nuevo hogar de “Jamesito”, concluyendo que sería la Vereda El Molino, Sotará.

COMUNICADO DE GOBIERNO

ALCALDE DE SOTARÁ, CON PERTENENCIA ARMONIZA CON LOS RIOBLANQUEÑOS SU TERRITORIO

Con gran sentido de pertenencia e identidad por sus raíces, el Alcalde Municipal de Sotará, Ing. Hermógenes Obando Hoyos, apoyo la organización y desarrollo del evento etnoecoturístico, ecológico, ambiental, cultural, artístico y religioso, en el que los habitantes del Resguardo Indígena de Río Blanco, asistieron con fe y devoción al acto de armonización de su territorio en la monumental Cascada La Alazana de Sotará.

El evento estuvo presidido por el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, Alcalde Municipal de Sotará, y las Autoridades eclesiásticas de la región, como el Vicario General de la Arquidiócesis de Popayán, Padre Otón Avendaño, el Vicario Episcopal Zona Sur, Padre Jairo Joaquín, el Delegado Diocesano de Etnias, Padre Harold Tombe Hurtado, el Párroco Nuestra Señora de la Asunción de Río Blanco, Padre Jairo Chamorro, el Director del Parque Nacional Natural Puracé, Luis Alberto Sánchez, el Gobernador Mayor del Pueblo Yanacona, Carlos Maca y demás miembros del Consejo Mayor y autoridades y delegados del Consejo Regional Indígena del Cauca, CRIC.

Aunque el evento estuvo acompañado por el frío y el clima lluvioso, estos factores no fueron impedimento para llevar a cabo la Santa Misa, que fue celebrada por las principales autoridades eclesiásticas de la región, un acto sagrado que permitió fortalecer los lazos de hermandad de los Rio Blanqueños, convirtiéndose en un acto de fe hacia el Niño Dios de Chaquilulo, que pervive en la Cascada La Alazana.

Así mismo, este encuentro cultural y etnoturístico permitió realizar la encryptación y alumbranza del Niño Dios de Chaquilulo, los cuales se llevaron a cabo con la encendida de velitas, bendición de la Imagen y del Agua, elemento sagrado para esta Etnia Yanacona, “Como primera Autoridad Civil del Municipio de Sotará, invito a todos los habitantes de nuestra hermosa y privilegiada Región a proteger, admirar y conservar los lugares sagrados que por excelencia poseemos los Sotareños, y promovamos escenarios y actividades culturales como esta, para concientizarnos de la importancia de salvaguardar nuestro medio ambiente y desarrollar turismo eco sostenible”, indicó el Mandatario de los Sotareños, Hermógenes Obando Hoyos.

COMUNICADO DE GOBIERNO

LOS SOTAREÑOS, CELEBRARON POR TODO LO ALTO SUS FIESTAS DE VERANO

Una verdadera fiesta cultural vivieron todos los asistentes a las Ferias Eco Turísticas y de Verano en Paispamba, Sotará, no sólo por el colorido de las comparsas, sino también por la alegría que imprimieron cada una de las delegaciones que acompañaron a las seis candidatas al II Reinado Eco Turístico y Cultural del Municipio, gracias al excelente proceso organizativo liderado por el Alcalde Municipal de Sotará, Hermógenes Obando Hoyos.

Con representantes de Piendamó y Cajibío, este año se amplió la convocatoria para participar en el Reinado, además de tener la vinculación interna de las Instituciones Educativas del Integrado Sotará, Chapa, La Paz y Los Robles del Municipio de Sotará.

Institución Educativa Que Representa	Nombre De La Candidata	Edad	Grado que cursa
I. E. Agropecuario Integrado Sotará	Liseth Tatiana Piamba Villamarín	16	11°
I. E. Agropecuario Chapa	Francy Milena Ortiz Hoyos	17	10°
I. E. Agropecuario Los Robles	Juliana Andrea Escobar Fernández	16	10°
I. E. La Paz	Julieth Andrea Granada Villanueva	16	10°
I.E. Carmen De Quintana De Cajibío	Gisela Andrea Guzman L.	15	11°
I. E. Santa Elena Piendamó	Fernanda Rivera Vivas	16	11°

Este Reinado en particular no es de belleza, sino que resalta los componentes culturales y ambientales, por tanto se contó con la participación de un destacado Jurado Calificador integrado por la Coordinadora de Cultura Departamental, Libia María Perafán, la Ingeniera Forestal Luz Miriam Palencia Pastor, el Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente Raúl Alfonso Pérez Tobar y el Ingeniero Forestal José Franco Alvis, quienes concertaron los siguientes resultados:

Reina: Fernanda Rivera Vivas, de la I. E. Santa Elena Piendamó.

Virreina: Liseth Tatiana Piamba Villamarín, I. E. Agropecuario Integrado Sotará.

1º Princesa: Gisela Andrea Guzmán Lugo de la I. E. Carmen de Quintana de Cajibío.

De igual forma, los cuatro días de fiesta, estuvieron amenizados por reconocidas orquestas y Grupos Musicales del momento como la orquesta los Guaraguacos, Grupo Sentimiento Andino, Orquesta JAIME HOYOS y la orquesta XXI y el Grupo Churi Waira de Sotará.

Así como también el Alcalde de los Sotareños, Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos “agradeció el apoyo de la comunidad educativa del Municipio y de todos los participantes a estas importantes y renombradas fiestas del Macizo Colombiano, como también a todos los patrocinadores que se vincularon de manera decidida a la realización de dichas actividades”.

COMUNICADO DE GOBIERNO

LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE SOTARÁ, APOYA CULTIVO DE AGUACATE EN LA REGIÓN

La Administración Municipal de Sotará, liderada por el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, viene fortaleciendo el sector agropecuario de la región, al brindar las garantías necesarias y el acompañamiento requerido para el desarrollo de este sector gracias a la importante gestión del burgomaestre Obando Hoyos.

Es así como treinta y dos familias de seis veredas del Municipio, se están beneficiando del Proyecto Instalación de 32 hectáreas de aguacate HASH-HASH. “Gracias a la gestión del Alcalde Municipal, Hermógenes Obando Hoyos, hemos podido implementar la producción de 32 hectáreas de aguacate HASH-HASH, las cuales beneficiarán a 32 familias de productores agropecuarios de bajos ingresos, quienes sólo tendrán que asumir la parte del crédito con el fondo de garantías del Municipio, es así como estamos trabajando en las veredas de Antonmoreno, El Crucero, Sachacoco, en el asentamiento indígena, El Platanillo, El Carmen y La Paz”, acentúo Yesid Paz, Coordinador del programa de Desarrollo Agropecuario de la Administración Municipal.

Cada familia tiene un apoyo por parte de la Corporación Colombia Internacional – CCI, El INCODER, el Programa Adam y de la Administración Municipal de Sotará, cercana a los doce millones de pesos (\$12.000.000.00) por familia y se aspira que en el transcurso de año y medio los beneficiarios estén desarrollando su cosecha con una proyección cercana de cinco toneladas por hectárea, y con una comercialización ya establecida a través del ejecutor del proyecto que es Corporación Colombia Internacional – CCI.

COMUNICADO DE GOBIERNO

LOS CAMPESINOS EN SOTARÁ, SE ENORGULLECEN POR SU LABOR

Más de 1500 beneficiarios del Programa Familias Guarda Bosques del Municipio de Sotará, llevaron a cabo una jornada en la que resaltaron con orgullo su sentir campesino.

Con exposiciones agrícolas, pecuarias, gastronómicas y artesanales, las comunidades campesinas sotareñas proyectaron el potencial ambiental y de seguridad alimentaria que poseen.

Esta fue una excelente oportunidad para fortalecer los lazos de fraternidad entre los líderes y pobladores quienes con sus labores diarias cultivan sus productos y proveen de alimentos a las comunidades urbanas y rurales a nivel departamental, “este evento se convirtió en el espacio más oportuno para valorar y sentirnos orgullosos del quehacer, sacrificio y la humildad que nuestros campesinos poseen”, indicó el Alcalde Municipal de Sotará, Hermógenes Obando Hoyos.

En el evento se llevaron a cabo diferentes actividades entre ellas se destaca la Exposición y presentación de experiencias agroambientales del Municipio de Sotará, organizada por Smurfith Kappa- Cartón de Colombia y las Experiencias educativas de los Tecnólogos SENA-SOTARA, así como también se realizaron presentaciones Artísticas y Culturales a cargo de las familias guardabosques y familias en acción del Municipio de Sotará, de los Corregimientos: El Crucero, Buena Vista, Piedra de León, Chiribío, Sachacoco, Hato Frio, El Carmen, La Paz, Chapa, Río Blanco y la entrega a la Comunidad de la PTAR, a cargo del Director de la C.R.C., doctor Jesús Hernán Guevara.

La jornada cultural estuvo amenizada por un Encuentro de Música Campesina e Indígena a cargo de los grupos artísticos presentes en el Municipio.

COMUNICADO DE GOBIERNO

EN OCTUBRE, SOTARÁ SE VISTIÓ DE FIESTA Y ALEGRÍA CON LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE LOS NIÑOS

Más de un centenar de niños y niñas de la cabecera municipal de Paispamba, Sotará, disfrutaron de las sorpresas y actividades recreativas que la Administración Local del Municipio, liderada por el Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos, les tenían preparados “Quisimos celebrar esta fecha tan especial para nuestra infancia, en dos sitios puntuales de la región, en los centros poblados más importantes como Río Blanco (Resguardo Indígena) y Paispamba (Cabecera Mpal), como una muestra del compromiso que tenemos hacia el futuro de nuestra niñez y como un homenaje a los niños y niñas que representan el futuro de nuestro Municipio, siendo eje fundamental de mi Plan de Desarrollo “Comunidad en Acción”, indicó el Alcalde Municipal.

La Caja de Compensación Familiar del Cauca, Comfacauca, la Casa de la Cultura Mpal, la Comisaría de Familia y la Alcaldía Mpal, unieron esfuerzos para hacer de este día una fecha memorable para estos pequeños y pequeñas habidos de alegría y diversión.

Dentro de la jornada recreativa establecida, los homenajeados disfrutaron de gratas actividades, como el inflable, juegos con los recreacionistas de Comfacauca, un refrigerio, sorpresas y regalos que desde la Administración Municipal se brindaron a estos niños y niñas que tanto necesitan el amor, la dedicación y el respeto de las personas que circundan su mundo.

COMUNICADO DE GOBIERNO

REPRESENTANTES DE SOTARÁ, PARTICIPAN EN EL PRIMER TALLER DE FORMACIÓN DE FORMADORES PARA LÍDERES COMUNALES

Con el fin de integrar a los líderes comunales de la zona norte, oriente y centro del Cauca, la Federación Departamental de Juntas Comunales, la Gobernación del Cauca y la Administración Municipal de Puracé, han organizado este representativo evento en las instalaciones del Centro Recreativo de Agua Hirviendo en Coconuco, Puracé.

El Municipio de Sotará, se ha vinculado al evento, al participar con dos representantes, líderes en el proceso comunitario de la región, como Esther Hoyos, Coordinadora del Área de Desarrollo Social y Comunitario, quién afirmó “que la participación del Municipio es realmente importante, ya que queremos aprender de los procesos y proyectos que se vienen gestando a nivel departamental, para así fortalecer el desarrollo comunitario en nuestra región Sotareña”, así mismo Yovanny

Montilla, Presidente de la Junta de Acción Comunal de la Vereda El Molino, Sotar, agregó que “Participar en este evento, es fortalecernos a nivel comunitario, siendo esta una de las principales estrategias de la Junta que presido, además de insertar nuestro Plan de Acción a los propósitos de la Federación Departamental de Juntas y replicar la importancia de este taller en nuestras comunidades”.

En el evento, se destacó la participación de los Municipios de Sotar, Cajibío, Totorá, Jmbalo, Guachen, Morales, Toribo, Caldono, Popayán y Puracé, como Municipio anfitrión, los cuales han sido representados por Presidentes de las J.A.C., líderes comunitarios, comunidades indígenas y campesinas de cada región, quienes estarán hasta el próximo domingo 11 de Septiembre, participando del taller y aprendiendo a maximizar los resultados en los procesos comunitarios que realicen en cada uno de sus territorios, así como también podrán adquirir la responsabilidad de multiplicar cada uno de los temas aprendidos en sus lugares de origen.

COMUNICADO DE GOBIERNO

LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE SOTAR SE VINCULA A “CANTOS DE LIBERTAD”

Los Sotareños Luis Fernando Muñoz, Jesús Ariel Muñoz, Francisco Hurtado, José Fernando Benavides, John Anibal Bastidas, Edwin Bastidas y el Payans Oscar Dorado, integran la importante y reconocida Agrupación Musical **Sentimiento Andino**, quienes desde hace once años vienen deleitando a su público caucano con un destacado repertorio de msica andina, trayectoria que les ha permitido triunfar y representarnos en escenarios nacionales e internacionales.

Gracias a esta experiencia, vienen desarrollando desde hace cuatro años, el evento CANTOS DE LIBERTAD, que en esta oportunidad estarán acompañados de JUGLARES, un grupo de msica andina de trayectoria internacional, ganadores de muchos concursos de msica andina colombiana, GRUPO MUSICAL DE FEDAR compuesto por niños especiales, dotados de un talento especial que conmueven por su ternura y su alegría, QUILLA CHURIJ grupo de danza caracterizado por su investigación y disciplina en su trabajo, INVITADA ESPECIAL BANDA MUSICAL DEL MUNICIPIO DE SOTAR, quienes les brindarán una presentación de honor al celebrarle al Grupo **Sentimiento Andino** su cumpleaños N 11.

Es de destacar que **Sentimiento Andino** hace parte de la FUNDACION COLOMBIA PONTE, en esta ocasión de los bonos que se le compren a la FUNDACION COLOMBIA PONTE se dará un aporte para ayudar a una gran persona como es ADRIANA GIRALDO a conseguir una prótesis, sus aporte son pequeños grandes granos de arena para poner a caminar los sueños de ADRIANA. Si quieres comprar bonos y ayudar a esta causa puedes encontrarlos en la tienda KULLAWA ubicada en la CARRERA 9 N 6-61, teléfono: 3207149080-3168320421-3164591114.

3. EVALUACION DE GESTIÓN A TRAVÉS DE LA ENCUESTA DE OPINIÓN

Estructurar, diseñar y realizar la Evaluación a través de la Opinión Pública, de la percepción (Definición.de, 2011)⁹ que tienen los Ciudadanos – Administrados del Municipio de Sotará sobre la Gestión Pública desarrollada por la Administración Municipal, “Comunidad en acción” en el período 2008-2011.

El Municipio de Sotará, Cauca, goza de tener grandes fortalezas y potencialidades en recursos hídricos, naturales, culturales, ambientales, sociales, ancestrales, paisajísticos, poblacionales, los cuales se encargan de fortalecer inmensamente el desarrollo y quehacer político – gubernamental de sus Administraciones.

Particularmente el Plan de Desarrollo concertado y liderado por la Administración Municipal de Sotará, Comunidad en Acción, durante el período de gobierno 2008 – 2011 (Sitio oficial Sotará, 2008), como plataforma de estudio de esta práctica social, nos conduce al concepto de opinión pública, con base en el estudio que se adelantó, con el fin de evaluar la gestión gubernamental del Alcalde Municipal, Ing. Hermógenes Obando Hoyos y su Administración Local y utilizar la resultados que arroje dicha Encuesta para fortalecer la Imagen Política de esta Administración Municipal.

3.1 DISEÑO Y APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS

Diseño y aplicación de las encuestas de Opinión pública Evaluación a la Gestión Gubernamental de la Administración Municipal “Comunidad en Acción”, en su período de Gobierno.

El diseño de esta estrategia, surge de la necesidad de conocer de primera fuente, es decir, de la Opinión de los Ciudadanos – Administrados de Sotará, que concepto tienen de la gestión que ha realizado en este cuatrenio el equipo de Gobierno de la Administración Local y la principal Autoridad Municipal,

⁹ Definición de percepción: recibir por uno de los sentidos, las imágenes, impresiones o sensaciones externas o comprender y conocer algo. Puede hacer referencia a un conocimiento o una idea o a la sensación interior que resulta de una impresión material hecha por nuestros sentidos. Permite al sujeto captar la información del entorno a través de la energía que llega a los sistemas sensoriales.

Hermógenes Obando Hoyos. Teniendo en cuenta, que se ya se cuentan con estudios en el tema, como la Encuesta de **OPINIÓN PÚBLICA, PROGRAMA DE GOBIERNO “COMUNIDAD EN ACCION”, ALCALDÍA DE SOTARÁ 2008-2011** (Tobar, 2011), claro está que era imperante la necesidad de conocer las opiniones frente a la evaluación de su Plan de Desarrollo y a partir de esta investigación social cuantitativa se fortalecerá a través del mensaje político, la Imagen Política del Objeto de estudio.

Con base en lo anterior, se procuró indagar sobre los temas más pertinentes y destacados dentro de la gestión pública Municipal, además de estar inmersos y contenidos en el Plan de Desarrollo Municipal “Comunidad en Acción”, aprobado por el Concejo Municipal bajo el Acuerdo N° 26 de 2008.

Basados en el interés de fortalecer la Imagen Política de esta Administración Municipal, los ítems que se evaluaron fueron los siguientes:

- Conocimiento Plan de Desarrollo Municipal
- Aplicación del Slogan Comunidad en Acción
- Aprobación del Manejo del Alcalde en su Gobierno
- Aprobación del Manejo de la Administración Municipal en su Gobierno
- Indicación de las características del burgomaestre
- Opinión a la gestión en Salud
- Opinión a la proyección turística del Municipio
- Opinión a la gestión en el sector Educación
- Opinión a la gestión en la Secretaria de Planeación, Infraestructura y Vivienda
- Opinión a la gestión en los sectores de Cultura y Deporte
- Opinión a la gestión en el Fortalecimiento a Organizaciones Sociales
- Opinión a la gestión en el sector de Desarrollo Agropecuario
- Opinión a la gestión en la Comisaria de Familia
- Opinión a los procesos de Capacitación y Liderazgo
- Opinión a la Experiencia Gubernamental
- Opinión a la Difusión de la Gestión Gubernamental
- Opinión a la Atención al Ciudadano, que brindan en la Administración
- Opinión a la Gestión de Proyectos
- Opinión a la Administración de Recursos
- Y por último una Evaluación, a la gestión Pública Municipal

La opinión que brinden los ciudadanos - administrados en relación a lo que ha ejecutado el Gobierno Municipal, durante el período de administración es determinante y es el referente para fortalecer aún más el desarrollo de esta práctica social, en la cual se empleó el método de la encuesta para realizar un

sondeo de opinión pública, en la cual se evaluó la gestión gubernamental del período 2008-2011, en cabeza del señor alcalde Hermógenes Obando Hoyos.

Para la elaboración de la encuesta, se recurrió a estudiar e investigar, sobre el proceso de conformación de la misma, y para el desarrollo de ésta, se obtuvo ayuda de parte del tutor del proyecto de investigación de la Universidad del Cauca, igualmente de la Coordinadora de la Oficina de Desarrollo Comunitario, María Esther Hoyos, quién guía la práctica dentro de la Alcaldía Municipal y del Señor Alcalde, quién además de aportar y apoyar en proceso logístico, permitió la difusión de los resultados que arrojó la encuesta en el Informe de Gestión Impreso.

Las preguntas a desarrollar, se realizaron con la conciencia de que la población, objeto de estudio, no cuenta con altos índices de alfabetismo, y sus patrones culturales no le permiten en muchas ocasiones leer un documento por largo tiempo, por tanto se elaboraron preguntas con facilidad de lectura y con un lenguaje fluido para su entendimiento.

3.1.1 Investigación de datos básicos e importantes para la elaboración de la encuesta. Para el desarrollo de la encuesta fue necesario tener en cuenta la cantidad de habitantes que tiene el Municipio, y para saberlo se investigó la división política del Municipio, de esta manera se observa que Sotará está dividido en 11 corregimientos, en los cuales se incluye el Resguardo Indígena, a saber:

Chapa
Paispamba
La Paz
El Carmen
Chiribío
Piedra de León
El Crucero
Sachacoco
Hato Frío
Buenavista
Resguardo Indígena Río Blanco

Según la información obtenida, el municipio cuenta con una “población aproximada de 16027 habitantes entre campesinos e indígenas, los cuales se encuentran distribuidos en la cabecera y la zona rural, así:

No. Habitantes Cabecera: 395
 No. Habitantes Zona Rural: 15632
 Total: 16027". (Sitio oficial Sotar, 2011)

Se debe tener en cuenta que Sotar es un Municipio con diversidad de etnias, - donde encontramos a población mestiza con un porcentaje de 55.8%, y población indígena 44.2%- Paispamba, 2009), provenientes de la Comunidad Indígena Yanacona de Rio Blanco-, los cuales conforman la comunidad Sotareña.

Para realizar éste análisis se trabaj con información brindada por la oficina de desarrollo comunitario, y sector salud.

De este modo se realizó una ficha técnica, la cual abarca la información pertinente para el desarrollo del análisis de percepción de la comunidad, en cabeza del Señor Alcalde Hermógenes Obando Hoyos.

3.1.2 Ficha técnica.

Cuadro 1. Encuesta evaluación de la administración municipal de Sotar "Comunidad en acción" 2008-2011

Orden	Concepto	Descripción
1	Nombre de la investigación	Opinión pública, Evaluación y gestión de La Administración Municipal de Sotar "Comunidad en Acción" 2008- 2011
2	SIGLA	OPEGS2008-2011
3	Objetivo general	Analizar a través de la opinión pública, la percepción que tiene la Comunidad del Municipio de Sotar sobre la gestión desarrollada por el Alcalde Municipal y los funcionarios adscritos a las dependencias en el período 2008-2011, utilizando el método de la encuesta.
4	Conceptos básicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Componente económico 2. Componente social 3. Componente ambiental 4. Componente institucional 5. Componente derechos humanos
5	Tipo de investigación	Sondeo de Opinión Pública.
6	Variables del indicador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sector Turismo 2. Sector Educación 3. Sector Desarrollo Comunitario 4. Sector Vías

Cuadro 1. (Continuación)

Orden	Concepto	Descripción
6	VARIABLES del indicador	5. Sector Vivienda 6. Sector Agua Potable y Saneamiento Básico 7. Sector Agropecuario 8. Sector Recreación, Deporte y Cultura 9. Sector Desarrollo Institucional 10. Prevención de Desastres, Paz y Reconciliación, Población Específica). 11. Sector Salud
7	Marco muestral	Específicamente población del Municipio de Sotará, hombres y mujeres mayores de 18 años.
8	Población objetivo	Población rural y urbana del Municipio de Sotará.
9	Unidades estadísticas	Unidad de observación: población rural y urbana distribuida por corregimientos y veredas. Unidad de muestreo: población rural y urbana. Unidad de análisis: población rural y urbana distribuida por corregimientos y veredas.
10	Tamaño de la muestra	373
11	Margen de error	0.05 (5%)
12	Nivel de confiabilidad	1.96 (95%)
15	Cobertura geográfica	Municipal Sotará, por corregimientos.
16	Período de referencia	Período plan de desarrollo 2008-2011
17	Período de recolección	Operativo municipal: 7 de Noviembre de 2011 – 9 de Diciembre de 2011
19	Método de recolección	Encuesta directa a personas pertenecientes al Municipio.

Con base en lo anterior, se llevaron a cabo las Encuestas de acuerdo al tamaño de la población que para este caso, según información de las dependencias ya mencionadas, es de 13.530 habitantes, porcentaje susceptible de cambios, de los cuales 7.452, pertenecen a población campesina y 6.060 pertenecen a población indígena. De esta población 391 personas se encuentran en zona urbana y rural 13.139 habitantes; por tanto, se debían realizar 373 encuestas en todo el territorio municipal.

3.1.3 Distribución de encuestas por corregimientos. (Tobar, 2011)

Cuadro 2. Distribución de encuestas por corregimientos

CORREGIMIENTO		Personas encuestadas	Porcentaje válido
Válidos	BUENA VISTA	11	2,9
	CHAPA	15	4,0
	CHIRIBIO	15	4,0
	EL CARMEN	22	5,9
	EL CRUCERO	41	11,0
	HATOFRIO	11	2,9
	LA PAZ	21	5,6
	PAISPAMBA	32	8,6
	PIEDRA DE LEON	14	3,8
	RIO BLANCO	167	44,8
	SACHACOCO	24	6,4
	Total	373	100,0

Fuente: Encuestas, Opinión pública, programa de gobierno “Comunidad en Acción”, Sotará 2008-2011. Oficina de Desarrollo Comunitario, Programa de Ciencia Política, Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, Universidad del Cauca

3.1.4 Modelo de la encuesta desarrollada. Ver cuadro 3.

3.2 ANÁLISIS DE ENCUESTAS

El desarrollo de la Práctica Social, tuvo el acompañamiento académico del Tutor Juan Carlos Varona, con quién analizamos que para fortalecer la Imagen Política de la Administración Municipal de Sotará, debíamos tener conocimiento de la opinión de los Sotareños hacia la gestión realizada por este Ente Territorial. Por tanto, empezamos a forjar este proceso de Opinión Pública, a través de una Encuesta Evaluación a la Gestión Pública del Municipio.

Al iniciar este trabajo de investigación cualitativa y de sondeo de opinión, se contó con el apoyo permanente de la Administración Municipal, que apoyaron con el transporte para la realización de los recorridos intercorregimentales, además del apoyo logístico y de papelería.

Más que realizar un análisis detallado de opinión pública, las encuestas se convirtieron en un instrumento para llevar a cabo una verdadera evaluación de la gestión pública municipal, ya que los resultados que arrojaron estas encuestas, se insertaron en el Informe de Gestión Impreso que el Alcalde Municipal, Hermógenes Obando Hoyos, autorizó su elaboración.

Cuadro 3. Modelo de encuesta desarrollada

Convenio suscrito entre Universidad del Cauca Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales y la Administración Municipal de Sotará "Comunidad en Acción" Programa de Ciencias Políticas	Encuesta sobre Opinión Pública, Imagen Política de la Administración Municipal de Sotará "Comunidad en Acción"
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Objetivo:

Analizar a través de la opinión pública, el concepto que tienen los Ciudadanos de la Actual Administración Municipal.

Fecha: _____ Formulario No: _____

DATOS DE IDENTIFICACION Y CONTROL

Corregimiento _____
Fecha _____

MARQUE CON UNA X EN EL ESPACIO _____

A- DEMOGRAFÍA

A	Genero	1 Masculino _____ 2 Femenino _____
A2	Ocupación	
A3	Cuál de estos grupos étnicos lo definen mejor a Usted	1. _____ Blanco 2. _____ Mestizo 3. _____ Negro 4. _____ Indígena 5. _____ No sabe/No responde

B. CONOCIMIENTO PLAN DE DESARROLLO

B1. Conoce el Plan de Desarrollo que está ejecutando el actual Alcalde Municipal, Ingeniero Hemógenos Obando Hoyos?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
B1 Cree Usted que el Alcalde Municipal, a través de su gestión ha logrado cumplir a la fecha con el slogan de su Programa de Gobierno, "Comunidad en Acción"?	3. Si _____ 4. No _____ N/ S-N/ R _____

C. IMAGEN DE GOBIERNO

C1. Independiente de su posición política ¿Usted aprueba o desaprueba la forma como el Alcalde Municipal ha manejado su Gobierno?	1. Aprueba _____ 2. Desaprueba _____
C2. Independiente de su posición política ¿Usted aprueba o desaprueba la forma como la Administración Local está desarrollando su labor?	1. Aprueba _____ 2. Desaprueba _____
C3. De las siguientes características, con cuál o cuáles define mejor al Alcalde Hemógenos Obando Hoyos?	
	1. Es activo y energico _____ 2. Cuenta con capacidad para enfrentar situaciones de crisis _____ 3. Cuenta con autoridad _____ 4. Cuenta con capacidad para solucionar los problemas _____ 5. Cuenta con liderazgo _____ 6. Le genera confianza y respeto _____ 7. Es humilde y sencillo _____ 8. Otro – Cuál? _____

EVALUACIÓN

D. SALUD

D1. En su opinión, la Administración actual ha fortalecido los procesos del Sector Salud a nivel Municipal?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

E. TURISMO

E1. En su opinión, la Administración actual ha promocionado a nivel departamental, los sitios turísticos del Municipio de Sotará?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

Cuadro 3. (Continuación)

F. EDUCACIÓN

F1. Cree Usted que la Administración Local le ha dado al Sector Educativo, un buen manejo y participación en su Gobierno?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
F2. La Administración Municipal ha fortalecido la vinculación de jóvenes a los programas del SENA, en Educación Técnica y Tecnológica?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____

G. SECRETARIA DE PLANEACIÓN, INFRAESTRUCTURA Y VIVIENDA

G1. Cómo califica Usted, la gestión y ejecución de recursos realizada por parte de la Secretaría de Planeación Infraestructura y Vivienda Municipal?	1. Favorable _____ 2. Neutral _____ 3. Desfavorable _____
G2. Tiene conocimiento de las Obras y proyectos ejecutados por esta Secretaría?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
G3. En cuanto a la Construcción Adecuación y Mantenimiento de Vías cuál es su opinión?	1. Favorable _____ 2. Neutral _____ 3. Desfavorable _____
G4. Cree Usted que la Administración Mpal. Ha manejado responsable, eficaz, y oportunamente los proyectos de Saneamiento Básico y Agua Potable?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____

H. CULTURA Y DEPORTE

H1. Cree Usted que la Administración Municipal ha manejado las actividades culturales de una manera	1. Favorable _____ 2. Neutral _____ 3. Desfavorable _____
H2. Qué concepto tiene de los proyectos deportivos y recreativos que ha organizado la Administración?	1. Favorable _____ 2. Neutral _____ 3. Desfavorable _____

I. FORTALECIMIENTO A ORGANIZACIONES SOCIALES

I1. Cree usted que el actual Alcalde ha apoyado el fortalecimiento de las diferentes Organizaciones Sociales existentes en el Municipio?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
I2. ¿Su Junta de Acción Comunal, su Cabildo, la Red de Líderes Municipal, el Concejo Municipal, le ha informado sobre las acciones que se desarrollan en la Administración?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____

J. DESARROLLO AGROPECUARIO

J1. Cree Usted que la Administración Municipal ha manejado los proyectos agropecuarios de una manera	1. Favorable _____ 2. Neutral _____ 3. Desfavorable _____
J2. Que opinión tiene de la gestión desarrollada por la Alcaldía, en el sector agropecuario a nivel Municipal?	1. Favorable _____ 2. Neutral _____ 3. Desfavorable _____

K. COMISARIA DE FAMILIA

K1. Ha participado o requerido alguna vez de los servicios que presta la Comisaría de Familia Municipal?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

Cuadro 3. (Continuación)

L. PREVENCIÓN Y ATENCIÓN DE DESASTRES

L1. Usted tiene conocimiento de las actividades que realiza el CLOPAD (Comité Local de Prevención y Atención de Desastres)?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

M. CAPACITACION Y LIDERAZGO

M1. Ha recibido capacitación y orientación sobre los Mecanismos de Participación Ciudadana y los ha aplicado en sus comunidades?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

N. EXPERIENCIA

N1. Cree Usted que el Alcalde y su Equipo de Gobierno, durante el tiempo que llevan en el Administración, han demostrado EXPERIENCIA y CAPACIDAD para enfrentar con éxito los problemas de Sotará?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

O. DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN GUBERNAMENTAL

O1. Cree usted que la Administración Municipal se ha preocupado por difundir su Gestión Gubernamental?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

O2. En su opinión, el Gobierno Municipal "Comunidad en Acción" ha informado a los Ciudadanos – Administrados sobre las decisiones que toma?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

PERCEPCIÓN

P. ATENCIÓN AL CIUDADANO

P1. En cuanto a la Atención al Ciudadano, le gusta a Usted el manejo que le ha dado la Administración Municipal?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

Q. PARTICIPACIÓN

Q1. La Administración Local le ha permitido participar en la toma de decisiones y socialización de procesos?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

R. GESTIÓN DE PROYECTOS

R1. Cree Usted que la Administración Local ha realizado una oportuna gestión de proyectos que han beneficiado a las comunidades Sotareñas?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

S. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

S1. Cree Usted que la Administración Municipal ha administrado responsable y transparentemente los recursos del Presupuesto Municipal?	1. Si _____ 2. No _____ 3. N/ S-N/ R _____
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

T. EVALUACIÓN

T1. Usted evalúa la gestión realizada por la Administración Actual, cómo?	1. Excelente _____ 2. Bueno _____ 3. Regular _____ 4. Mala _____ 5. NS/NR _____
---------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!!!!!!!!!!

Para la elaboración de este Informe Final, se recopilaron aspectos y contenidos de capítulos anteriores, los cuales fortalecen el desarrollo y legalización de esta práctica social.

Se debe tener en cuenta, que los resultados de las encuestas, se convirtieron en una excelente herramienta, para analizar el porcentaje de respuestas que en menor o mayor medida tuvo aceptación por parte de la comunidad Sotareña.

Dicho análisis se presenta a continuación, destacando que cada dependencia se discrimina el porcentaje total positivo, frente a un porcentaje total negativo, a saber.

**CONSOLIDADO EN PORCENTAJES
ENCUESTA EVALUACION IMAGEN ALCALDE MUNICIPAL DE SOTARÁ,
ING. HERMÓGENES OBANDO HOYOS**

Pregunta: Conoce el plan de desarrollo que esta ejecutando el actual alcalde municipal, Ingeniero Hermógenes Obando Hoyos							
Dependencia: Despacho del Alcalde							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	46,70	8,80	1,60		57,10	100,00
	Femenino	32,30	9,60	1,10		42,90	
375		78,90	18,40	2,70			
Concepto: Tan solo un 21, 10% tienen un concepto negativo frente a un 78,90%							

Pregunta: Cree usted que el alcalde municipal, a través de su gestión ha logrado cumplir a la fecha con el slogan de su programa de gobierno, "comunidad en acción"							
Dependencia: Despacho del Alcalde							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	43,20	8,00	5,90		57,10	100,00
	Femenino	33,30	4,50	5,10		42,90	
375		76,50	12,50	10,90			
Concepto: Tan solo un 23, 40% tienen un concepto negativo frente a un 76,50%							

Pregunta: ¿La administración local le ha permitido participar en la toma de decisiones y socialización de procesos?							
Dependencia: Despacho del alcalde							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	44,50	5,90	6,40	0,30	57,10	100,00
	Femenino	29,30	6,90	6,70		42,90	
375		73,90	12,80	13,10	0,30		
Concepto: Tan solo un 26, 20% tienen un concepto negativo frente a un 73,90%							

Pregunta: En su opinión, ¿el gobierno municipal "comunidad en acción" ha informado a los ciudadanos - administrados sobre las decisiones que toma?							
Dependencia: Despacho del Alcalde							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	38,10	7,70	11,20		57,10	100,00
	Femenino	29,30	6,90	6,70		42,90	
375		67,50	14,70	17,90			
Concepto: Tan solo un 36,60% tienen un concepto negativo frente a un 67,50%							

Pregunta: ¿Cree usted que la administración municipal se ha preocupado por difundir su gestión gubernamental?							
Dependencia: Despacho del Alcalde							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	42,10	5,90	9,10		57,10	100,00
	Femenino	31,20	6,40	5,30		42,90	
375		73,30	12,30	14,40			
Concepto: Tan solo un 26,70% tienen un concepto negativo frente a un 73,30%							

Pregunta: Usted tiene conocimiento de las actividades que realiza el CLOPAD (comité local de prevención y atención de desastres)							
Dependencia: CLOPAD							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	41,10	8,00	8,00		57,10	100,00
	Femenino	29,60	6,70	6,70		42,90	
375		70,70	14,70	14,70			
Concepto: Tan solo un 29,40% tienen un concepto negativo frente a un 70,70%							

Pregunta: En su opinión, ¿la administración actual ha fortalecido los procesos del sector salud a nivel municipal?							
Dependencia: Salud							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	45,10	8,50	3,50	0,00	57,10	100,00
	Femenino	31,70	8,30	2,70	0,30	42,90	
375		76,80	16,80	6,10	0,30		
Concepto: Tan solo un 23,20% tienen un concepto negativo frente a un 76,80%							

Pregunta: ¿Cree usted que la administración local ha realizado una oportuna gestión de proyectos que han beneficiado a las comunidades sotañañas?							
Dependencia: Gestión							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	47,50	5,10	4,50		57,10	100,00
	Femenino	35,20	4,00	3,70		42,90	
375		82,70	9,10	8,30			
Concepto: Tan solo un 17,30% tienen un concepto negativo frente a un 82,70%							

Pregunta: ¿La administración municipal ha fortalecido la vinculación de jóvenes a los programas del SENA, en educación técnica y tecnológica?							
Dependencia: Educación							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	49,30	2,10	5,60		57,10	100,00
	Femenino	36,00	2,70	4,30		42,90	
375		85,30	4,80	9,90			
Concepto: Tan solo un 14,70% tienen un concepto negativo frente a un 85,30%							

Pregunta: ¿Cree usted que la administración local le ha dado al sector educativo, un buen manejo y participación en su gobierno?							
Dependencia: Educación							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	44,50	7,20	5,30	0,00	57,10	100,00
	Femenino	31,70	7,20	3,70	0,30	42,90	
375		76,30	14,40	9,10	0,30		
Concepto: Tan solo un 23,70% tienen un concepto negativo frente a un 76,30%							

Pregunta: ¿Ha recibido capacitación y orientación sobre los mecanismos de participación ciudadana y los ha aplicado en sus comunidades?							
Dependencia: Desarrollo comunitario							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	40,00	12,80	4,30		57,10	100,00
	Femenino	28,30	11,20	3,50		42,90	
375		68,30	24,00	7,70			
Concepto: Tan solo un 31,70% tienen un concepto negativo frente a un 68,30%							

Pregunta: ¿Cree usted que la administración municipal ha manejado responsable, eficaz y oportunamente los proyectos de saneamiento básico y agua potable?							
Dependencia: Planeación							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	38,10	11,50	7,50	0,00	57,10	100,00
	Femenino	28,80	7,20	6,70	0,30	42,90	
375		66,90	18,70	14,10	0,30		
Concepto: Tan solo un 33,10% tienen un concepto negativo frente a un 66,90%							

Pregunta: ¿Tiene conocimiento de las obras y proyectos ejecutados por esta secretaria?							
Dependencia: Planeación							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
	Masculino	38,90	8,30	9,90	0,00	57,10	100,00
	Femenino	30,70	6,40	5,60	0,30	42,90	
375		69,60	14,70	15,50	0,30		
Concepto: Tan solo un 30,40% tienen un concepto negativo frente a un 69,60%							

Pregunta: ¿Cree usted que el alcalde y su equipo de gobierno, durante el tiempo que llevan en la administración, han demostrado experiencia y capacidad para enfrentar con éxito los problemas de Sotará?

Dependencia: Despacho del Alcalde

No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
375	Masculino	44,80	7,70	4,50	0,00	57,10	100,00
	Femenino	31,70	5,30	5,60	0,30	42,90	
		76,50	13,10	10,10	0,30		

Concepto: Tan solo un 23,50% tienen un concepto negativo frente a un 76,50%

Pregunta: ¿Su junta de acción comunal, su cabildo, la red de líderes municipal, el concejo municipal, le han informado sobre las acciones que se desarrollan en la administración?

Dependencia: Desarrollo comunitario

No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
375	Masculino	39,50	10,70	6,90	0,00	57,10	100,00
	Femenino	30,10	5,30	7,20	0,30	42,90	
		69,60	16,00	14,10	0,30		

Concepto: Tan solo un 30,40% tienen un concepto negativo frente a un 69,60%

Pregunta: ¿Cree usted que el actual alcalde ha apoyado el fortalecimiento de las diferentes organizaciones sociales existentes en el municipio?

Dependencia: Desarrollo comunitario

No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
375	Masculino	43,20	5,90	8,00		57,10	100,00
	Femenino	32,30	2,90	7,70		42,90	
		75,50	8,80	15,70			

Concepto: Tan solo un 24,50% tienen un concepto negativo frente a un 75,50%

Pregunta: ¿Ha participado o requerido alguna vez de los servicios que presta la comisaría de familia municipal?

Dependencia: Comisaría de familia

No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
375	Masculino	29,90	24,80	2,40		57,10	100,00
	Femenino	18,40	23,20	1,30		42,90	
		48,30	48,00	3,70			

Concepto: Tan solo un 51,70% tienen un concepto negativo frente a un 48,30%

Pregunta: En cuanto a la atención al ciudadano, ¿le gusta a usted el manejo que le ha dado la administración municipal?

Dependencia: Atención al ciudadano

No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		SI	NO	NS/NR	Regular	Total	
375	Masculino	40,30	8,80	8,00		57,10	100,00
	Femenino	31,50	6,70	4,80		42,90	
		71,70	15,50	12,80			

Concepto: Tan solo un 28,30% tienen un concepto negativo frente a un 71,70%

Pregunta: ¿Como califica usted, la gestión y ejecución de recursos realizada por parte de la secretaria de planeación, infraestructura y vivienda municipal?							
Dependencia: Planeación							
No. Encuestas:	Género	Porcentaje					Total
		Favorable	Neutral	Desfavorable	Regular	Total	
	Masculino	30,90	19,50	6,40	0,30	57,10	100,00
	Femenino	22,90	12,80	7,20	0,00	42,90	
375		53,90	32,30	13,60	0,30		
Concepto: Tan solo un 13,60% tienen un concepto negativo de la gestión, frente a un 53,90%							

Frente a los resultados que arrojó la muestra, se puede inferir lo siguiente:

Las dependencias de Secretaria de Planeación, Vivienda e Infraestructura, la Oficina de Cultura, y Deporte, aunque no tienen resultados tan negativos en su gestión, se hace imprescindible fortalecer sus contenidos y estructura mejor el mensaje político en la Revista Informe de Gestión.

A continuación, se resalta cada uno de los contenidos que se estructuraron a través del mensaje político, con el fin de fortalecer la Imagen Política de la Administración Municipal de Sotará, “Comunidad en Acción”, y en los anexos se entregan las presentaciones que enviaron las diferentes dependencias de la Administración Local, para determinar la diferencia y el gran trabajo realizado.

3.3 ESTRUCTURAR MENSAJE POLÍTICO GESTIÓN DE LAS DEPENDENCIAS

El mensaje político de la gestión realizada por las dependencias de la Administración Municipal de Sotará, está consignada en la Revista Informe de Gestión del cuatrenio que se anexa en este informe. Este documento se convirtió en un instrumento de gobierno tan importante, y generó tanto impacto que ha tenido gran aceptación entre las comunidades sotareñas, teniendo en cuenta que en períodos de gobierno pasados no se había desarrollado un informe que reuniera en un paralelo la opinión pública de los Sotareños y la Gestión de la Administración Municipal, para fortalecer y proyectar cuán democrático, participativo y transparente fue el desarrollo de esta labor gubernamental.

Por tanto, se destaca que este informe de Rendición de Cuentas, tipo revista se convirtió en el puntal y resultado de la práctica social, a tal punto de proyectar a

los ciudadanos – administrados la gestión realizada por la Administración Municipal “Comunidad en Acción” y generar una materialización pertinente y destacada del Plan Estratégico de Marketing Político Gubernamental.

4. CONCLUSIONES

En el desarrollo de la práctica social, se aprendió sobre la importancia de la comunicación política gubernamental en la gestión pública de las Administraciones Municipales.

De igual forma, se adquirió un amplio conocimiento y aplicación del Marketing Político Gubernamental, con el fin de fortalecer la imagen política de las Administraciones Gubernamentales.

Así mismo, fue importante el proceso de realización de la encuesta de opinión pública, porque no solamente se aprendió como llevar a cabo una investigación como ésta, sino también se adquirió conocimientos sobre su aplicación y análisis.

Se adquirió conocimiento sobre lo que es un plan de desarrollo, partiendo desde el conocimiento del municipio de Sotará – creación, ubicación, límites, división político administrativa, aspectos demográficos, aspectos institucionales-.

Se amplió información en cuanto a la distribución por corregimientos del municipio.

Se investigó sobre la hoja de vida del alcalde Hermógenes Obando Hoyos, para tener una visión clara sobre la persona que gobierna al municipio de Sotará.

Se logró comprender conceptos y temas relacionados al ejercicio del quehacer político y gubernamental.

Se adquirió conocimiento sobre las dependencias que se desarrollan en la Administración Municipal, período 2008-2011, cómo son: Comisaría de Familia y Asuntos Polícivos, Despacho del Alcalde, FONVIAL, Control Interno, Secretaria de Desarrollo Social, Secretaria de Gobierno y Asuntos Administrativos, Secretaria de Planeación, Infraestructura y Vivienda, Tesorería Municipal.

Se logró afianzar relaciones con los medios de comunicación radiales a nivel departamental y así posicionar la imagen del Alcalde Municipal y su Administración Local.

5. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta, que es la primera vez que se realiza un trabajo de investigación y práctica social en la Administración Municipal de Sotará, tendiente a fortalecer desde el mensaje político la imagen política de este Ente Territorial, se sugiere lo siguiente:

La Administración Municipal entrante, tienen un reto con los procesos comunitarios, para capacitar a la Red de Líderes en temas de Veeduría, Gestión Pública y participación ciudadana, con el fin de ahondar en el control social permanente por parte de las comunidades – administradas.

De igual forma, se sugiere realizar jornadas de rendición de cuentas, cada semestre con el fin de informar la gestión pública a los ciudadanos – administrados y trabajar conjuntamente con ellos por el desarrollo Sotareño.

No con la intención de tener continuismo en la Administración Municipal, se sugiere que la Alcaldesa entrante, analice y destaque los principales puntos y programas que ejecuto el Alcalde Hermógenes Obando, con el fin de seguir trabajando de la mano con las comunidades y mantener un gobierno participativo e involucrado.

Fortalecer con recursos económicos el desarrollo de la Emisora local comunitaria, como único medio de comunicación existente en la zona y propender por el desarrollo de otros medios de comunicación para permitir la divulgación de la gestión y los procesos comunitarios de las gentes sotareñas.

Aunque en la práctica social se actualizó la página web, se sugiere trabajar de la mano con el programa Gobierno en Línea, para tener una página web más dinámica y con mayor capacidad de contenidos.

Seguir fortaleciendo la actividad turística en el Resguardo Indígena de Río Blanco y los corregimientos con vocación turística, con el fin de promover la creación de productos para así prestar los servicios turísticos de manera responsable y continuar brindando apoyo a los gestores culturales y deportivos a nivel Municipal, con motivo de que a través de estos sectores se fortalece la actividad turística, y actividades de recreación y sano esparcimiento para la comunidad en general y sobretodo para que los niños y jóvenes no accedan a vicios que vulneren su dignidad.

Concertar el desarrollo de Convenios Inter Administrativos con la Universidad del Cauca, para promover la participación de Pasantes de los diferentes programas académicos para optimizar resultados en la ejecución del Plan de Desarrollo Municipal.

Promover la realización de programas que fortalezcan el sentido de pertenencia e identidad por sus raíces en las comunidades sotaqueñas, con el fin de que se respete lo público y se valore las acciones gubernamentales que desarrolle la Administración Municipal.

BIBLIOGRAFÍA

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Incola; PASQUINO, Gianfranco; Diccionario de Política. Siglo XXI Editores. Séptima Edición. México, México. 1995.

BONINO, Luis Carlos. 1997. Manual de Marketing Político EN: Seminario sobre Marketing político de los gobiernos. (15^o, 1997, Cartagena de Indias). Ponencia del Seminario sobre Marketing político de los gobiernos, Claustro de Santo Domingo, Cartagena de Indias, pp.4

BOTERO MONTOYA, Luis Horacio. s.f. comunicación política, comunicación pública y democracia [en línea]. Consultado 15 de Noviembre de 2011. Disponible en internet en http://www.robertexto.com/archivo/comu_polit_comu_publica.htm.

CAMPILLO, Conchi Alhama. 2010. Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural Pensar la Publicidad [en línea] vol. IV, nº 1, páginas 45-62. Consultado el 14 de Marzo de 2011. Disponible en internet en: <http://revistas.ucm.es/inf/18878598/articulos/PEPU1010120045A.PDF>

CANEL María José. 1999. Comunicación política, Técnicas y Estrategias para la sociedad de la Información, Editorial Tecnos, S.A.

CHIAVENATO, Idalberto. 2006. Introducción a la Teoría General de la Administración, Séptima Edición, McGraw-Hill Interamericana, 2006, Pág. 110

CONCEJO MUNICIPAL DE SOTARÁ. 2008 Acuerdo No.13 de 2008, por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo del Municipio de Sotará, Departamento del Cauca; de la vigencia 2008 – 2011.

CRC Corporación Autónoma Regional del Cauca. 2011. Título 2, El diagnóstico [en línea], consultado el 16 de Octubre de 2011 en: <http://www.crc.gov.co/files/ConocimientoAmbiental/POT/sotara/TITULO%20%20EL%20DIAGNOSTICO.pdf>

DADER José Luis, 2006. El periodista en el espacio publico, págs. 223 a 231

DEFINICIÓN.DE [en línea]. Consultado el 6 de Octubre de 2011. Disponible en internet en: <http://definicion.de/percepcion/>

DNP DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. 2007. La Rendición de Cuentas en el proceso de descentralización Colombiano [en línea]. Consultado 30 de Agosto de 2011. Disponible en internet en http://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/DDTS/Gestion_Publica_Territorial/RC_Oswaldo%20Aharón%20Porrás%20Vallejo_%20DDTS%20DNP.pdf

EXENI, José Luis. 2005. MediaMorfosis: Comunicación Política e ingobernabilidad en democracia. La Paz, Bolivia. Plural Editores: Ediciones FADO.

FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto y OCAMPO JARAMILLO Eliseo. 2004. Marketing Político e Imagen de Gobierno en Funciones, Mc Graw Hill Interamericana, 2da Edición, México, D.F, pág. 20

Fundación para la Libertad de Prensa FLIP. 2009. Manual para el Acceso a la Información, Manuales FLIP, Pág. 5.

GOBIERNO REGIONAL DE ICA. 2011. Rendición de cuentas de los acuerdos y compromisos presupuesto participativo 2010 [en línea]. República del Perú. Consultado 15 de Julio de 2011. Disponible en internet en <<http://www.regionica.gob.pe/pdf/transparencia%202010/pp2011/RENDICION%202010.pdf>>.

LARREA, Juan José. 2010. La comunicación política en Internet [en línea] Consultado en 16 de Julio de 2011. Buenos Aires, Argentina. Disponible en internet en: <<http://24con.elargentino.com/conurbano/nota/35736-La-comunicaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica-en-Internet/>>

LEMIEUX, Vincent. 1995. Un Modelo Comunicativo de la Política. En GAUTIER, Gilles; GOSSELIN, André; MOUCHON, Jean. Comunicación y Política. Editorial Gedisa. Barcelona, España. Pág. 97- 98.

MAAREK, Philippe J. 1997. Marketing político y Comunicación, Ediciones Paidós Iberoamérica S.A., pág. 254

MARTÍN – BARBERO, Jesús. 2003. De los Medios a las Mediaciones, Comunicación, Cultura y Hegemonía. Convenio Andrés Bello. Quinta Edición, Bogotá, Colombia. Página XIII

MONZON, Cándido. 1992. La Espiral del silencio y la hipótesis del distanciamiento social. En MUÑOZ, Alejandro; MONZON, Cándido; ROSPIR, Juan Ignacio; DADER, José Luis. Opinión pública y comunicación política. Editorial Eudema. Madrid, España. Pág. 285.

PAISPAMBA. 2009. De Paispamba para el mundo [en línea]. Sotará, Cauca. Consultado el 15 de Octubre de 2011. Disponible en internet en: <<http://paispamba.blogspot.com/>>.

PÉREZ GARCÍA, D. 2003. Técnicas de comunicación política. Madrid: Tecnos. Pág. 15 – 19.

QUESADA, Juan A., 2005. Marketing Político, Partido Popular, Secretaría de Formación, pp.9

RODRIGUEZ, Clemencia. 2004. Citada por OLIVELLA, Ana María. Los procesos de comunicación gubernamental: el caso del programa de cultura ciudadana desarrollado durante la primera Administración de Antanas Mockus 1995 – 1997. Trabajo de grado para optar el título de Politóloga. Pontificia Universidad Javeriana.

RRPPnet Portal de Relaciones Públicas. 2008. Marketing Político [en línea]. Consultado 6 de junio de 2011. Disponible en internet en <<http://www.rrppnet.com.ar/mktpolitico.htm>>.

SALINAS Bascur, Raquel. 1984. Política y comunicación. El eslabón que falta en la Iglesia. Quito, Documento preparado para la UNDA-AL.

SAN ROMÁN Ruiz José A. s.f. Introducción a la tradición clásica de la opinión pública, pág. 41.

SCRIBD. 2011. Opinión pública [en línea]. Consultado 29 de Agosto de 2011. Disponible en internet en: <<http://es.scribd.com/doc/50995758/Opinion-publica>>

SHAW, Donald. 2011. Teoría del establecimiento periodístico de temas [en línea]. Consultado 13 de Agosto de 2011. Disponible en internet en <http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_establecimiento_period%C3%A1stico_de_temas>.

SITIO OFICIAL DEL MUNICIPIO DE SOTARÁ. 2011. Información general municipio de Sotarà, Historia [en línea]. Consultado 3 de Noviembre de 2011. Disponible en internet en: <<http://sotara-cauca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mlxx-1-&m=f>>.

SOTARA, ALCALDIA DE SOTARA, Oficina de Desarrollo Comunitario. 2011.

_____. 2008. Base de datos Matriz Plan de desarrollo 2008-2011 Comunidad en Acción [en línea]. Consultado 2 de Octubre de 2011]. Disponible en internet en: <http://sotara-cauca.gov.co/apc-aa-files/35613463653630613738333831373765/Matriz_Plan_de_Desarrollo_2008_2011.pdf>.

TOBAR TEJADA, Maritza Bibiana. 2011. Opinión pública, programa de gobierno “Comunidad en Acción”, Sotarà 2008-2011. Trabajo de Grado Práctica Social Ciencia Política. Universidad del Cauca. Popayán.

TUESTA SOLDEVILLA, Fernando. s.f. Opinión pública - II Teorías de la opinión pública [en línea]. Consultado 30 de Junio de 2011. Disponible en internet en <http://www.iidh.ed.cr/comunidades/redelectoral/docs/red_diccionario/opinion%20publica.htm>.

UTEC UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR. s.f. Los medios de comunicación social salvadoreño y su afinidad ideológica política, como herramienta para incidir en la población durante períodos eleccionarios [en línea]. Consultado 20 de Julio de 2011. Disponible en internet en: <<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17170/capitulo%201.pdf>>.

VAN DIJK, Teun A, s.f. Estructuras y funciones del discurso. Editorial siglo veintiuno editores, pág. 100-116

Wikipedia, 2011a. Opinión pública [en línea]. Consultado 1 de Noviembre de 2011. Disponible en internet en <http://es.wikipedia.org/wiki/Opinión_pública>.

Wikipedia, 2011b. Ciencia política [en línea]. Consultado 13 de Agosto de 2011. Disponible en internet en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciencia_política>.

WOLTON Dominique. 1998. La Comunicación Política: Construcción de un modelo. En: Ferry, Wolton y Otros: El nuevo Espacio Público. Barcelona, Gedisa editorial. Pp 28-46.

ANEXOS