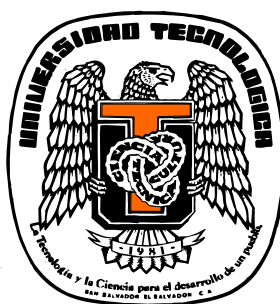




**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS NATURALES
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS Y
COMUNICACIONES**



**TEMA:
EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL IMPACTO
DEL PROCESO DE LA INTREGACIÓN MONETARIA EN EL SALVADOR
(CASO ESPECIFICO: SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMÍA)**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

Ingrid Marìa Alemàn Benitez
Evelyn Patricia Pérez
Sonia Marlene Trigueros Cortez

PARA OPTAR AL GRADO DE:

Licenciada en Relaciones Públicas y Comunicaciones

Mayo del 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

*LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL
RECTOR*

*ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO*

*ING. JOSÉ ADOLFO ARAUJO ROMAGOZA
VICERRECTOR DE PLANIFICACIÓN*

*LIC. REYNALDO LÓPEZ NUILA
SECRETARIO GENERAL*

FACULTAD DE HUMANIDADES

*LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA
DECANO*

*LIC. DOMINGO ALFARO
ASESOR*

JURADO EXAMINADOR

LIC. ORLANDO HERNÁNDEZ

PRESIDENTE

LIC. RAFAEL APARICIO

PRIMER VOCAL

LIC. DOMINGO ALFARO

SEGUNDO VOCAL

MAYO 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

A Jehová Dios, porque sin el no hubiera tenido vida, fuerza, sabiduría y paciencia para ahora poder culminar mi carrera.

A mi madre Sra. Marina Isabel Benítez ya que sin ella no podría haber iniciado mis estudios básicos de corazón gracias por su apoyo, amor y confianza.

A mis hermanos Alexander y Delmy ya que aún con peleas regaños y consejos me mostraron que puedo lograr todo lo que me proponga, gracias por enseñarme y ayudarme de esa y otras formas.

A mi esposo Ricardo, gracias por su apoyo, comprensión y ánimo para seguir adelante y ahora poder coronar mi carrera.

A mis compañeras Sonia y Paty porque llegamos a formar un buen equipo ya que llegamos a compartir buenos, malos y excelentes momentos cosas que formaron más nuestra personalidad y ahora presentamos lo que consideramos un excelente trabajo.

A Lic. Olinda Díaz por su ayuda desinteresada ya que sin su apoyo no podría aun alcanzar mi meta, sinceramente gracias.

INGRID MARIA ALEMÁN BENÍTEZ

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

A Dios, por regalarme mi más grande tesoro el de coronar mi carrera, por darme la inteligencia, sabiduría, paciencia y ánimo en momentos difíciles.

A mi madre Finita por darme su apoyo e impulsarme a seguir adelante ya que este título es para ti mamita linda.

A mi hermana Luz por su apoyo incondicional en los malos y buenos momentos, gracias por ser tan especial tu y Valeria. y a mis hermanos Flor, Are y Julio por apoyarme siempre y a todos mis sobrinos por su apoyo en todos los momentos de crisis ensueño.

A ti mamore por haber sido tan especial en los momentos de estudio y en mi tesis por tu ayuda apoyo, paciencia, desvelos y esas traídas de madrugadas con mis compañeras Te Amo y gracias.

A esa señora tan especial como lo es Mamá Ali gracias por sus comidas, fresquito, frutas y desvelos en todas las madrugadas que la desvelamos gracias. A la familia de Sonia por ser tan especiales que Dios los Bendiga. No te he olvidado Ruddy gracias por tu apoyo y paciencia por todas la “X”

A ti Sonia por ayudarme, por tenerme paciencia y por ser mi confidente de noche y madrugada.

Y finalmente a ti que prometí sacar la tesis costara lo que costara mi amigo Gustavo Adolfo (Q.E.P.D.) gracias a Dios lo logramos y ese título es de los dos.

Gracias a Todos.

EVELYN PATRICIA PÉREZ QUINTANILLA

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

A Dios todopoderoso, el cual es digno de recibir la Gloria y el Honor, por haberme permitido tener una carrera, por su provisión, fortaleza y cuidado a él sea la Gloria por los siglos de los siglos. Amen.

A mis padres Alicia y Antonio por todos tus esfuerzos brindado en cada año de estudio que estuviste a mi lado, por haber sido un instrumento de Dios, por sostenerme en los momentos más difíciles de mi carrera. A mi padre por haber cumplido con aquellas palabras que dijiste cuando iniciaba la universidad que tu herencia no era dinero sino una carrera

A mi hermanos Dora, Luis, Jacobo y Ana Marlene por impulsarme ha alcanzar esta meta que también es de ustedes y la cual dedico a mis sobrinos Sandra, Kelly, Johanna, Raquel y Luis.

A Ruddy Portillo por tu apoyo, comprensión y ánimo durante mi carrera; gracias por haber estado a mi lado en los momentos más difíciles de mi carrera. Gracias por ser mi ayuda idónea.

A mis compañeros de trabajo Sandra, Blanca, Claudia, Franklin y Juan Carlos gracias por demostrarme con hechos el valor de ser compañeros y amigos durante el desarrollo de mi tesis.

A mis hermanos de Iglesia Jordán por cada una de sus oraciones y apoyo en el logro de esta meta que Dios me permitió alcanzar.

A mis compañeras Paty e Ingrid gracias por confiar en mi para formar parte de su grupo de tesis y poder coronar juntas la carrera con éxito. Así mismo a Carlos Velásquez por su ayuda en la provisión y apoyo en el desarrollo de nuestra tesis.

A cada uno de ustedes gracias y que Dios le duplique todo lo que me brindaron. Dios los Bendiga

SONIA MARLENE TRIGUEROS CORTEZ

ÍNDICE

Introducción

CAPITULO I

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL IMPACTO DEL PROCESO DE LA INTEGRACIÓN MONETARIA EN EL SALVADOR, CASO ESPECIFICO: SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMÍA

1. La Comunicación	1
1.1. Proceso de Comunicación	2
1.1.1 Elementos de la Comunicación	4
1.1.2 Propósitos de la Comunicación	5
1.2 Medios de Comunicación Social	5
1.2.1 Función de los Medios de Comunicación Social	7
1.2.2 Prensa Escrita	8
1.2.2.1 Prensa Escrita en El Salvador	10
1.2.2.2 Principales Periódicos de El Salvador	12
1.2.3 La Radiodifusión	15
1.2.3.1 Funciones de La Radio	16
1.2.3.2 Características de La Radio	17
1.2.3.3 Limitaciones de La Radio	18
1.2.3.4 La Radio en El Salvador	19
1.2.4 La Televisión	21
1.2.4.1 Orígenes de la Televisión	21
1.2.4.2 Historia de la Televisión en El Salvador	24
1.2.4.3 Funciones de la Televisión	28
1.3 Las Relaciones Públicas	29

1.3.1 Antecedentes de las Relaciones Públicas en El Salvado	32
1.3.2 Las Relaciones Públicas y el Manejo de Imagen	34
1.3.3 Definición de Las Relaciones Públicas	36
1.3.4 Funciones de las Relaciones Públicas	37
1.3.5 Relaciones Públicas en El Sector Financiero	38
1.3.6 Relaciones Públicas con el Gobierno	39
1.3.7 Importancia de las Relaciones Públicas	40
1.3.8 Objetivos de las Relaciones Públicas	41
1.4 La Integración Monetaria	43
1.4.1 Integración Monetaria Internacional	43
1.4.2 Pasos de la Integración Monetaria	46
1.4.3 Etapas de la Integración Monetaria	48
1.4.4 Formación, Aprobación y Vigencia de la Ley en El Salvador	50
1.4.5 La Ley de Integración Monetaria en El Salvador	52
1.4.6 Implicaciones de la Integración Monetaria	53
1.4.7 Ventajas de la Integración Monetaria, según el Ministerio de Economía de El Salvador	55
1.4.8 Diferencia entre Integración Monetaria y Dolarización	56
1.4.9 El Banco Central de Reserva de El Salvador y la Dolarización	58
1.4.10 La Ley de Integración Monetaria y los Medios de	

Comunicación Social en El Salvador	59
1.5 Antecedentes del Sector Económico Informal	61
1.5.1 Definiciones del Sector Informal	62
1.5.2 Características del Sector Informal	63
1.5.3 El Sector Informal y sus Individuos	64
1.5.4 Características de los Miembros del Sector Informal	65
1.5.5 Ventajas y desventajas del Sector Informal	67
1.5.5.1 Ventajas	67
1.5.5.2 Desventajas	68
1.5.6 La Dolarización y el Sector Informal Económico	69

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Objetivos de la Investigación	70
2.2 Objetivos Específicos	70
2.3 Sistema de Hipótesis	71
2.3.1 Operacionalización de Hipótesis	72
2.4 Método	73
2.5 Unidad de Análisis	73
2.6 Cálculo de la Muestra	74
2.7 Técnica	77
2.8 Instrumento de la Investigación	77
2.9 Procedimiento de la Investigación de campo	77

2.10	Análisis y Tabulación de la Encuesta	79
2.11	Análisis y Tabulación de Datos	103
2.11.1	Cédula de Entrevista	103
2.11.1.1	Entrevista a La Prensa	105
2.11.1.1.1	Análisis de Entrevista a La Prensa	109
2.11.1.2	Entrevista a La Radio	110
2.11.1.2.1	Análisis de Entrevista a La Radio	113
2.11.1.3	Entrevista a La Televisión	115
2.11.1.3.1	Análisis de Entrevista a La Televisión	123
2.11.2	Análisis General de la Entrevista a los Medios	125
CAPITULO III CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL IMPACTO DEL PROCESO DE LA INTEGRACIÓN MONETARIA EN EL SALVADOR, CASO ESPECIFICO: SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMÍA		
3.1	Conclusiones	131
3.2	Recomendaciones	134
	Glosario	137
	Bibliografía	142
	Anexos	145

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación social, son un elemento fundamental para un país en desarrollo, ya que estos tiene como misión fundamental transmitir información de interés nacional, educar y orientar sobre las misma sin olvidar en entretenimiento familiar.

Es en enero del año dos mil uno en que los medios de comunicación social jugaron un papel importante en la divulgación de la información sobre un tema de relevancia nacional, como lo fue la implantación de la Ley de Integración Monetaria y la dolarización en El Salvador.

Es por ello que en el presente trabajo de graduación, en el capitulo uno se detalla quienes son los medios de comunicación social y sus principales funciones, ¿Qué es la Dolarización y la Integración Monetaria? Y las características del sector informal de la economía.

Así mismo, el capitulo dos muestra la metodología de la investigación y sus respectivos resultados. En el capitulo tres se presenta las respectivas conclusiones y recomendaciones con relación al papel que desempeñaron los medios de comunicación social en el proceso de la Integración Monetaria en El Salvador específicamente en el sector informal de la economía.

CAPITULO I

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL IMPACTO DEL PROCESO DE LA INTEGRACIÓN MONETARIA EN EL SALVADOR, CASO ESPECIFICO: SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMÍA

1 La Comunicación

La capacidad de comunicarse eficientemente es fundamental para todo ser humano, debido a que el éxito o fracaso en la interacción cotidiana, depende de la habilidad de comunicarse. Es por ello que surge la necesidad de conocer el origen y la definición de comunicación.

El origen de la palabra comunicación está en la lengua latina. Procede del adjetivo comunis que significa común, también puede traducirse como compartir o tener comunicaciones con otros¹

¹ Juan Luis Fuentes (1980). *Comunicación*. Editorial M. Fernández y CIA S.A., Pág. 15

La comunicación es un proceso en el cual dos o más personas interactúan ideas entre sí, en la búsqueda de una respuesta de interés mutuo, en el cual interviene diferentes medios de transmisión. La comunicación implica reciprocidad, de ahí que la comunicación más perfecta se da en el diálogo.

En la comunicación el hombre debe aprender a analizar con independencia y espíritu crítico los mensajes para poder y saber actuar con libertad.

1.1 Proceso de Comunicación

En el proceso de comunicación intervienen diferentes elementos para que ésta pueda darse de una manera completa, razón por la cual es necesario dar a conocerlos y hacer una referencia sobre cada uno de ellos.

- **Emisor:** Una o varias personas que poseen información y desean comunicarlas.
- **Código:** Sistema comunicativo de reglas que permiten el entendimiento del mensaje al momento de ser expresado, éste se vale de símbolos, gestos, claves, sonidos comunes entre el emisor y su receptor.

- **Codificación:** Traduce lo que quiere comunicar de acuerdo al receptor y el código escogido.
- **Mensaje:** Es el contenido. Para que la comunicación surta efecto, tiene que recurrir a las necesidades de la audiencia y a sus expectativas. La información en sí no tiene sentido si no se da el sentido apropiado.
- **Receptor:** Una o varias personas que reciben el mensaje enviado. Puede invertir el proceso y emitir otro mensaje como respuesta.
- **Decodificación:** Traduce el mensaje recibido para la comprensión del mismo.
- **Realimentación:** Es el proceso de respuesta que permite una comunicación fluida y entendible.
- **Interferencias:** En este proceso pueden existir interferencias internas y externas. Las internas pueden deberse a que el emisor ha codificado mal el mensaje, por lo que el receptor no decodificara de la manera correcta. Las externas pueden ser ruidos o algo que interfiera en la comunicación.

1.1.1 Elementos de la Comunicación

Los elementos que contiene el proceso de comunicación para su efectiva realización son:

- **Dirección:** Camino o rumbo que el mensaje lleva, éste puede ser un consejo, una enseñanza o una información que envía el emisor hacia el receptor.
- **Fluidez:** El lenguaje que se utiliza en la comunicación es de fácil comprensión, lo que la hace ligera.
- **Coherencia:** Es la relación o conexión entre una frase y otra para que la comunicación tenga un sentido lógico.
- **Precisión:** Se proporciona la información necesaria para la persona que recibe el mensaje.
- **Claridad:** El mensaje debe ser comprensible para el receptor.

Todo esto conlleva a que exista fidelidad en la comunicación, ya que el emisor puede transmitir su mensaje de tal forma que el receptor no tenga problemas en el momento de analizar y comprender el mensaje.

1.1.2 Propósitos de la Comunicación

Los propósitos de la comunicación son: Informar, divertir y persuadir, lo cual es importante para que los seres humanos puedan desempeñar labores, comprender normas grupales, como a su vez mantener una relación coherente y amena.

La comunicación ha ido evolucionando a la par de la sociedad, debido a las influencias prevalecientes que ésta ha tenido con el transcurso del tiempo, dando la pauta a la creación de diversos medios que faciliten la comunicación.

1.2 Medios de Comunicación Social

Lo más representativo de la sociedad actual es el desarrollo alcanzado por la comunicación y la sofisticación de los medios que la hacen posible, la riqueza y el nivel de desarrollo de una nación se mide, no tanto por la producción de los

sectores primarios e industrial, sino por el desarrollo de los servicios que utiliza para poner en comunicación al mundo.

Por otra parte se han desarrollado medios que permitan comunicar a la sociedad con el mundo, éstos son conocidos como medios de comunicación social, los cuales facilitan la divulgación de información entre los hombres en la sociedad en que viven.

Los medios involucrados en el proceso de comunicación social, se clasifican en Hegemónicos y Alternativos, dentro de los medios hegemónicos se pueden mencionar la radio, prensa, cine y televisión, por ser aquellos canales que tienen la supremacía política, cultural y económica de un Estado.

Entre los medios alternativos se encuentran los panfletos, hojas volantes, vallas, revistas, correo electrónico, periódicos murales y otros, por utilizarse como una opción más en la sociedad y entre los medios de comunicación social.

Debido a que estos últimos se emplean como reemplazo en la sociedad, cuando esta no pueden cubrir los altos costos que representan los medios Hegemónicos y también estos medios pueden interactuarse entre sí.

Los medios de comunicación son entidades creadas como parte del desarrollo tecnológico de la sociedad. Siendo ellos mismos, una pieza estratégica y fundamental para el sistema de información generalizada, ya que estos generan y promueven la opinión pública.

Mundialmente, los medios de comunicación social son conocidos como “el cuarto poder del estado” por su capacidad de influir en la sociedad junto a los poderes políticos tradicionales (Poder Legislativo, Poder Ejecutivo y Poder Judicial), al dar a conocer las perspectivas, sentimientos e inquietudes de lo que está sucediendo en la sociedad y el mundo.

1.2.1 Función de los Medios de Comunicación Social

Las funciones de los medios de comunicación social son el de informar, educar y entretener a la sociedad, dentro del aspecto de informar se encuentra todo aquello que afecte directa o indirectamente a una nación fundándose teóricamente en la verdad, la libertad y la solidaridad.

Los medios de comunicación deben buscar el fortalecimiento de la identidad nacional, en la cual las costumbres, creencias y cultura sean parte fundamental de la historia de un país, cumpliendo así su papel de educar.

Otro de las funciones básicas de los medios es el de entretener a la sociedad mediante programas familiares, deportivos, musicales y de otra índole. Sin perder de vista que es un instrumento de cambio y desarrollador de conciencia en la sociedad.

1.2.2 Prensa Escrita

Es difícil realizar un análisis de los primeros momentos y de los más lejanos antecedentes de la prensa escrita ya que se mezcla con la historia de la civilización.

Sin duda, las narraciones escritas que cada cultura tiene sobre el origen de la humanidad y sobre los antepasados, son una forma primitiva al igual que los cilindros y manuscritos en que los egipcios, persas y griegos escribían los hechos más sobresalientes de su historia.

En el año de 1450 aparece Johan Genfleish Gutemberg con la invención de la imprenta, esta creación originó un gran incremento en la edición de las hojas sueltas llamadas Gazeta, en ellas se comunicaban noticias, novedades literarias y otros.

También aparecieron diversos tipos de aviso y hojas volantes, que proliferaron enormemente en ocasión del movimiento mercantil en puertos y ciudades comerciales.

Durante el siglo XVII lo que aparece en América Latina especialmente en México y Perú, son hojas volantes que se publicaban cada vez que llegaba una flota de la ciudad principal, y entonces los impresores se apresuraban en reunir en unos cuadernillos un resumen de las noticias llegadas, junto con lo más destacable del virreinato.

En el siglo XVIII ya aparecen en América los primeros periódicos con secciones de diferentes tipos de noticias y con aparición periódica. El más antiguo es La Gazeta de México y Noticias de Nueva España (1722), incluía noticias de diversas poblaciones de las regiones de México, de otras ciudades de América y de Europa.²

En 1788 el escocés John Walter fundó el periódico TIMES, periódico que se considera como el precursor de muchas innovaciones en la prensa escrita, éste periódico inició con un tiraje de 350 ejemplares por hora.³

² Juan Luis Fuentes (1980). *Comunicación*. Editorial M. Fernández y CIA S.A.

1.2.2.1 Prensa Escrita en El Salvador

En el año de 1641 aparece en San Salvador el folleto llamado El Puntero Apuntando con Apuntes Breves, fundada por el Fray Juan de Dios del Cid y la cual es considerada la primer publicación en la ciudad de San Salvador.

El Semanario Político Mercantil fue publicado inicialmente el 31 de julio de 1824, éste era de carácter doctrinario y daba poca importancia a la noticia, del Prócer Manuel Castro y Lara, a quien se reconoce como el fundador del periodismo en El Salvador, dejando de ser publicado en el año de 1827.⁴

En 1827, el gobierno de El Salvador se ve en la necesidad de contar con un departamento de prensa, cuya función era la divulgación de las actividades por parte del estado, dando así origen a la creación del primer periódico

oficial denominado “*La Gaceta del Gobierno de El Salvador*”. Cuya primer publicación fue el 2 de abril del mismo año.

A partir de ese año hasta la actualidad, se comenzaron a publicar diferentes y nuevos periódicos, entre los que se pueden mencionar:

³ Ibid

- 1827, El Centinela
- 1833, El Centroamericano
- 1843, El Amigo del Pueblo
- 1849, El Progreso
- 1881, La República
- 1890, Diario Latino
- 1892, El Eco Nacional
- 1915, La Prensa Gráfica
- 1928, Patria
- 1928, Colatino
- 1936, El Diario de Hoy
- 1939, El Gran Diario
- 1959, Tribuna Libre
- 1967, Diario El Mundo
- 1987, La Noticia
- 1998, Más.

Algunos de estos periódicos están fuera de circulación en la actualidad, siendo únicamente cinco periódicos los que se mantienen vigentes hoy en día los cuales son: La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, Co-Latino, Más y Diario el Mundo.

⁴ Esquivel Clímaco (2000). El Papel de los Medios de Comunicación.

1.2.2.2 Principales Periódicos de El Salvador.

La prensa escrita es un portador de educación popular de gran potencia, razón por la cual los comunicólogos asumen la responsabilidad de auxiliares en la formación de la conciencia nacional y corresponsal de la historia.

En el País el periodista debe someterse a las políticas de la entidad para la que trabaja, las cuales en muchas ocasiones tienen interés político o de otra índole, esto hace que la objetividad, profesionalismo, imparcialidad y sobre todo su criterio se ve afectado.

La prensa escrita es utilizada para difundir mensajes con la intención de influir en sus lectores y conducirlas a actuar en beneficio de quien emite el mensaje.

Existen periódicos que han hecho historia en El Salvador, por lo tanto se hace una breve reseña histórica de estos

Diario Latino:

Fundado el 5 de noviembre de 1890 por Don Miguel Pinto (padre), en su interior se encuentran todas las secciones que contiene un buen periódico.

En 1928 el periódico Latino fue afectado por un incendio que ocasionó la destrucción completa de su taller, no dejando de funcionar en esa ocasión

gracias a la ayuda que le brindó la Prensa Gráfica ya que pusieron a la disposición del Diario Latino sus impresoras.

Después de la muerte de Don Miguel Pinto, su hijo (quien lleva el mismo nombre) ha continuado la obra periodística que le fue legada.

En los años noventas fue tomado por los trabajadores de la empresa, quienes se organizaron formando la Asociación Cooperativa de Trabajadores de Diario Latino, conocida como Co-Latino.⁵

La Prensa Gráfica:

Salió a circulación el 10 de mayo de 1915 con el nombre de La Prensa con un formato standar y siendo fundada por José Dutriz.

Desde el 10 agosto de 1938 este periódico es reconocido como La Prensa Gráfica y con su nueva presentación tamaño tabloide como resultado de la fusión de La Prensa y El Gráfico.

Fue en 1925 que La Prensa introdujo la sección de entretenimiento por medio de tiras cómicas, así mismo en 1997 inició un proceso de estudio del periódico para preparar al personal tecnológicamente sobre redacción, diagramación, fotografía e infografía con el fin de hacer un periódico atractivo e innovador.⁶

Siendo en la actualidad uno de los periódicos de mayor circulación en la sociedad salvadoreña.

El Diario de Hoy:

Nació el 2 de mayo de 1936, dirigido por los señores Napoleón Viera Altamirano y Rubén Membreño, con una primera edición de 2,100 ejemplares.

El Diario de Hoy el 17 de enero de 1991, se cambió a un nuevo formato tabloide haciéndolo más ágil, y con mucho balance, siendo dirigido por el Licenciado Fabricio Altamirano.⁷

⁵ Diario Co-Latino, (1994) Aniversario de Fundación. Pág. 25

⁶ Ventura de Mendoza, María Elena (1997) Incidencia de Las Encuestas de Opinión Pública por los Medios de Comunicación en un Proceso Electoral. Pág. 20

⁷ Folleto Informativo, proporcionado por El Diario de Hoy (1998) Pág. Del 1 al 5.

Diario El Mundo:

Salió a circulación el 6 de febrero de 1967 aun y cuando ya había circulado el número de prueba un año anterior, comenzó en tamaño tabloide y en la

actualidad conserva su tamaño, este periódico inicia bajo la dirección del Doctor Waldo Chávez Velasco,.

En enero de 1997 comienza el periódico con una nueva y moderna presentación de diagramado, la cual consiste en nueva secciones, evolución de color y mayor apertura al fotoperiodismo.

Más:

Aparece el 23 de abril de 1998 dirigido por el Grupo Editorial Altamirano. Es un periódico corto de noticias pero con mucha profundidad.

Por otro lado este periódico ha sido lanzado con el propósito de atraer el público joven por medio de sus reportajes dinámicos y breves.⁴

1.2.3 La Radiodifusión

La radio no cuenta con la fuerza y fascinación de lo visual, pero si con la fuerza y el poder de los sonidos y voces para construir su mundo.

La radio figura entre los medios culturales que pueden influir en el pensamiento y comportamiento de forma más sutil de lo que pueden hacerlo los otros medios de comunicación.

Dentro de los medios de comunicación social, la radio cuenta con la facilidad en la difusión de los mensajes lo cual permite una mayor cobertura dentro de la sociedad.

La radio permite al radioescucha adaptarse al ambiente que genera al sintonizar su variada programación, otorgando una compañía personal pero que se está realizando simultáneamente con millones de personas más.

⁴ Esquivel Clímaco (2000), El Papel de los Medios de Comunicación

1.2.3.1 Funciones de La Radio

Las funciones que suelen encomendarse a la radio son similares a las que tiene los otros medios de comunicación social, como son: informar, educar y entretener.

- **INFORMAR:** La radio informa al radioescucha de una manera clara y precisa sobre eventos de interés general. Contando con noticiarios de cobertura nacional los cuales buscan informar eficazmente a la población.
- **EDUCAR:** El medio radiofónico busca educar a la población a través de programas culturales, religiosos y políticos.
- **ENTRETENER:** Esta es una de las funciones con mayor creatividad con las que cuenta el medio radiofónico, debido a la dinámica y variada programación que busca entretener a los diferentes públicos con los que este cuenta.

1.2.3.2 Características de La Radio

La Radiodifusión posee una serie de características, entre las cuales se están las siguientes:

- ❖ **Directa e Inmediata:** utiliza un lenguaje más directo que otros medios de comunicación debido a que el oyente recibe los mensajes simultáneamente en que son emitidos.
- ❖ **Restricción:** La misma idea debe repetirse sin fin de veces debido a la heterogeneidad.
- ❖ **Espontaneidad:** El lenguaje es más vivo, expresivo y natural, no está condicionado por lo reflexivo y elaborado del lenguaje escrito, ya que tiene la espontaneidad de la expresión oral.
- ❖ **Continuidad:** Secuencia de los hechos.
- ❖ **Ubicuidad:** Posibilidad que se tiene de elaborar el mensaje desde el lugar de los hechos.⁵

⁵ Paquete Didáctico de Producción en Radio, Universidad Tecnológica de El Salvador, 2000 (Pag. 20)

1.2.3.3 Limitaciones de la Radio

- ☆ **Unisensorialidad:** La radio sólo emite sonidos, puede volverse de un solo y único sentido: el oído, al cual se encuentra limitada. Lo visual no existe.
- ☆ **Ausencia de Interlocutor:** En radio no se puede percibir, la reacción de los oyentes como en una reunión o conferencia, es unidireccional. No existe la reciprocidad.
- ☆ **Fugacidad:** Es efímero, se inscribe en el tiempo. No es posible al perceptor volver atrás.
- ☆ **Auditorio Condicionado:** La gente está acostumbrada a oír radio más que a sintonizar el nivel de atención y concentración de mensaje.⁶

⁶ Paquete Didáctico de Producción en Radio, Universidad Tecnológica de El Salvador, 2000 (Pag. 21)

1.2.3.4 La Radio en El Salvador

En el año de 1926, un día 7 de febrero el presidente en función Alfonso Quiñónez Molina, inaugura oficialmente la primera radiodifusora en El Salvador con el nombre de “Alfonso Quiñónez Molina” conocida con las siglas AQM.

El primer gerente de la AQM, fue el señor Miguel Chacón, quién a su vez es considerado el primer locutor que trabajó en la radio salvadoreña.

En 1927 la AQM, pasó a ser la radiodifusora República de El Salvador y en el año de 1933 la estación pasó a llamarse RDN (Radio Difusora Nacional) hasta el año de 1978, cuando se dio a conocer como “YSS Alma Cuscatlán”, en la actualidad recibe el nombre de YSS Radio El Salvador.

En 1935 surge la primera radiodifusora comercial privada, conocida como “YSP La Voz de Cuscatlán”, ésta emisora fue propiedad del señor Fernando Alvayero Sosa.

En esta estación se mantuvo el aspecto cultural y se creó el noticiario “YSP TRANSMITE, DIARIO LATINO INFORMA”, pues consistía en leer los titulares del Diario Latino.

En esa época los programas radiales eran patrocinados por la Cerveza Pilsener, La Capitalizadora de Ahorros y Westinghouse entre otros.

“La Voz de El Salvador”, creada el 9 de agosto de 1941, fue la segunda radiodifusora privada del País, estaba ubicada donde actualmente se encuentra el restaurante Café de Don Pedro sobre la Alameda Roosevelt.

El señor Raúl Travanino funda en 1946 la YSU Radio 1050, reconocida en la actualidad como Radio Cadena YSU.

Desde el año de 1950 hasta 1970 se consideró una industria competitiva y productiva a la Radio de El Salvador, disputándose cada vez más con programas inéditos, para hacerse más atractivas a su audiencia.⁷

⁷ ASDER, Revista Trimestral Año 1 N° 1 Julio a Septiembre de 1991

1.2.4 La Televisión

La televisión es uno de los medios de comunicación social que posee el más alto índice de influencia de entre todos los medios, actualmente la televisión ha entrado con gran impacto en los hábitos de vida de las personas, y en las familias ha llegado a ser como un miembro más de ella.

El atractivo de las imágenes, la comodidad de disfrutarla en el hogar y la satisfacción de un ambiente familiar, hace de la televisión un elemento para el bienestar de la sociedad de consumo.

1.2.4.1 Orígenes de La Televisión

La televisión surge como fruto directo de la radio, aunque su descubrimiento real fue en 1926, su historia se remonta unos años atrás.

- **1817** Jacobo Perselius, descubre el selenio, metaloide capaz de sufrir alteraciones bajo la influencia de los rayos solares; y que vino a ser la base del mosaico de iconoscopio.
- **1884** Paúl Nipkow, inventa el disco que lleva su nombre y que es capaz de transmitir a distancia imágenes en movimiento, mas o menos nítidas, compuestas por 180 rayas horizontales.

- **1887** Con la propiedad que tiene el selenio y su comprobación, se dio base para el principio en el cual por medio de la energía eléctrica es posible obtener una imagen en movimiento.
- **1892** Cutel y Eister, comienzan a gestar la célula fotoeléctrica.
- **1923** Zworytin patenta un tipo especial de tubo al que llama inoscopio, a partir de aquí la televisión se convierte en un producto industrial.
- **1924** Abril, John Baird, logra transmitir unas imágenes simples, aunque el milagro realmente se da el 2 de octubre de 1925, después de mil alternativas, la imagen de Bill un muñeco, es transmitida y recibida con toda nitidez.
- **1925** Ante 50 miembros de la ROYAL INSTITUTION, se puede transmitir una cabeza humana, recogiendo todos sus movimientos.
- **1928** Febrero 9, Baird lleva a cabo la primera transmisión de televisión trasatlántica, desde la estación inglesa de onda corta de Colessdon a la de Hartsdale en New York. En ese mismo año Guillermo González

verifica en los Estados Unidos, un primer ensayo de transmisión televisiva en colores.

- **1929** Se inaugura en Inglaterra un servicio especial de transmisión de imágenes, basado en el método Baird, pero en el cual se emitía alternativamente el sonido y la visión.
- **1930** Se transmite la primera película hablada por televisión.
- **1932** Mayo 13, se logra la primer transmisión correcta de un exterior y el 3 de junio, se transmite la famosa carrera de caballos de Derby, en Epson, y es vista por más de 30,000 ingleses.
- **1932** Abril 19, la BBC verifica la transmisión de ondas extracortas de 6.1 metros, obteniendo así la perfección en la imagen.⁸

A partir de ese momento la televisión ha seguido evolucionando, en logros tecnológicos, programaciones, audio, colores, expansión y otros más, como lo es el caso del sistema de Tercera Dimensión, el cual causó revolución en el año de 1982, hasta la actualidad.

⁸ Entrevista con Lic. Mario Martínez, Jefe de Producción Canal 4. Noviembre de 1999

1.2.3.2 Historia de la Televisión en El Salvador

Desde 1929 en que el norteamericano Carlos F. Jenkins comenzó a transmitir programas diarios, la televisión progresó rápidamente, pero comercialmente apareció hasta el 19 de Abril en la Feria Mundial de Nueva York.

La industria de la Televisión en El Salvador, se inició en el año de 1956, con la constitución de la Sociedad Televisión Salvadoreña (YSBE TV CANAL SEIS.)

En Septiembre del mismo año, hicieron sus primeras pruebas de transmisión en blanco y negro con un pequeño transmisor con capacidad para cubrir el área de San Salvador y lugares aledaños. Por razones atmosféricas se obtenían reportes de recepción no era nítida, pero llegaba la señal fuera de la capital aún de manera deficiente.

Ante los resultados obtenidos se pensó en hacer llegar las imágenes a todo el territorio nacional y fue así como el año de 1958, se autorizó al Canal 8 (YSR-TV-8) para que hiciera la función de repetidora de Canal 6.

La empresa comenzó a tomar forma y su estructura administrativa y operativa funcionó a través de sus instalaciones situadas en el séptimo del Edificio Central, con sus plantas transmisoras en el Picacho del Volcán de San Salvador.

A finales del mismo año, nació YSU-TELEVISIÓN CANAL 4 S.A., fundada por personas conocedoras del medio publicitario, por lo que se pronosticó un buen éxito en sus operaciones, ya que sus transmisores cubrían todo el territorio nacional y algunos lugares de los países vecinos, valiéndose lo anterior para ser considerada como una de las mejores de Radio y Televisión en el área Centroamericana.⁹

En el año de 1962, tanto Canal 4 como Canal 6, sufrieron problemas económicos debido a los altos costos administrativos y operativos, puesto que su transmisión se reducía a dos horas diarias (de 6:00 p.m. A 8:00 p.m.), los ingresos de las ventas de este espacio publicitario, no eran suficientes para cubrir los costos.

En el año de 1963, parte de los accionistas de YSBE – TV CANAL 6, crearon una nueva sociedad con el nombre de TELECENTRO, S.A., la cual fu asesorada por la American Broadcasting Corporation (A.B.C.), tomando en arrendamiento las instalaciones de los Canales 4, 6 y 8; pero en el año de 1965, esta afrontó dificultades económicas debido a la falta de capital de trabajo.

⁹ Entrevista con Lic. Mario Martínez, Jefe de Producción Canal 4. Noviembre de 1999

Al no cumplir TELECENTRO S.A. con las obligaciones del contrato fue intervenida judicialmente por YSU-TELEVISIÓN CANAL 4 S.A., a consecuencia de esto la frecuencia de Canal 8, quedó fuera de servicio.

A fines del año de 1965, apareció la SOCIEDAD CANAL DOS, SOCIEDAD ANÓNIMA, comercialmente identificada como YSR-TV CANAL DOS, frecuencia que inicialmente estaba destinada para uso del Estado; sin embargo, con la aparición de este canal, la Industria de la Televisión Comercial, dio un paso a una nueva etapa de la Televisión.

En el mes de Abril del año de 1973, nació la SOCIEDAD CANAL SEIS, S.A., cuya frecuencia es YSEW-TV CANAL 6, creando la novedad de la industria de la televisión comercial en El Salvador, ya que apareció con la imagen de transmisión a color por primera vez en el País.

En el año 1984, se constituyó la SOCIEDAD CANAL 12, S.A. DE C.V.; iniciando sus operaciones en el mes de diciembre del mismo año.

En el año de 1986, se autorizó el funcionamiento de CANAL 19 (YSWX-TV-19) a la SOCIEDAD DE SISTEMAS DE VÍDEO Y AUDIO, S.A.

A fines de 1991, salió al aire CANAL 25, ubicado en UHF, el cual transmite una programación de carácter Cristiano-Evangélico.¹⁰

Finalmente el CANAL 21, MEGAVISIÓN, que al igual que el 25 transmite en UHF, éste canal comienza sus pruebas de transmisión a finales de 1992. Iniciando el 1 de marzo sus operaciones, incluyendo películas, noticias, deportes, entrevistas, vídeos musicales y programas de entretenimiento familiar.

Además de los canales de televisión comercial operando, existe el CANAL DE TELEVISIÓN EDUCATIVA (TV-10) propiedad del Estado, y tres canales privados de televisión por cable (TELESAT, FUTURAMA Y MULTICABLE), vía satélite.¹¹

La Televisión Comercial en El Salvador, ha tenido que superar una serie de obstáculos tanto económicos como técnicos que desde las transmisiones en blanco y negro, hasta en color y en satélite.

¹⁰ Ibid

1.2.4.3 Funciones de La Televisión

Entretener:

Esta función se obtiene ofreciendo programas que sean del gusto del público, el hombre busca en la televisión olvidar la monotonía y la pobreza de la vida cotidiana al estar frente a la fantasía de la televisión que ofrece sonrisas, atractivos y encantos.

Informar:

La información noticiosa no sólo está en los noticiarios, sino también en los distintos reportajes que se pueden apreciar; en las noticias se cuenta lo que pasó y las cámaras de televisión presentan lo que interesa a los grupos económicos e ideológicos de la sociedad.

Educar:

La formación cultural en la televisión debe partir de las formas de vida y de comportamiento de la comunidad. Da a conocer los usos y costumbres de los distintos pueblos de una nación, busca la forma de que la comunidad no pierda sus valores culturales y que a la vez sepa asimilar los progresos y cambios de este mundo.

¹¹ Ibid

1.3 Las Relaciones Públicas.

Al hablar del origen y desarrollo de las Relaciones Públicas, resulta muy difícil ubicar una fecha precisa de su nacimiento ya que ha nacido con el hombre mismo, evolucionando a través de los tiempos. De tal manera que sería ideal evaluar profundamente la historia para conocer los progresos y logros alcanzados en la práctica de la Relaciones Públicas.

A pesar de que la historia de las relaciones públicas inicia en la época de la antigua Roma y Grecia, Años más tarde aparece en escena Ivy Lebedtetter Lee, Licenciado de la Universidad de Princeton, quién trabajó por cinco años como periodista.¹²

En 1906, Lee tiene gran oportunidad, cuando la industria de la antracita atravesaba por un período de duras huelgas ocurriéndosele ofrecer una clase de servicio especializados para mejorar las relaciones entre patronos y empleados con el público en general, con la prensa en particular, quien atacaba duramente a los patronos por los métodos violentos que empleaban para las huelgas.

Las condiciones que Lee puso para aceptar el trabajo fueron dos: La primera negociar con la alta gerencia y la segunda que se le autorizara a comentar los hechos en su totalidad, si así lo considerara necesario.

¹² Lloryd, Herbert y Lloryd peter. Relaciones Públicas, Pág. 14 y 15. Edición Piramide, Primera Edición, España 1988.

La primera condición fue vista con carácter revolucionario, pues hasta ese momento, todos los trabajos de publicidad se hacían alejados de la alta dirección. La segunda condición no tenía precedente.

Siempre en 1906, durante la huelga del carbón, Lee publicó una declaración de principios que envió a todos los periódicos de la ciudad, consistía básicamente en que el público no podía permanecer en la ignorancia sobre la manera que en este entonces, se llevaban a cabo los negocios, ni tampoco dejarse engañar por los poderosos agentes de prensa, como frecuentemente sucedía.¹³

Lee demostró con éxito que informando correcta y adecuadamente y dando confianza para formar su propia opinión sobre la presentación de hechos reales, el público siempre estará preparado para comprender y ser justo.

Posteriormente, en 1914, Lee se convirtió en el consejero de John D. Rockefeller Jr. el multimillonario. Lee le asesoró en todos sus grandes negocios y trató de darle un matiz humanitario.

En cierta ocasión declaró “Intento traducir los diálogos de los centavos, el stock y los dividendos en términos de humanidad.”¹⁴

¹³ Ibid

¹⁴ Ibid

Ivy Lee fue el primer empleado específicamente de “publicidad” en los trabajos de Relaciones Públicas, a pesar de que en 1807, el estadounidense Thomas Jefferson usó por primera vez el término de Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas se da como una actividad independiente, durante la Revolución Industrial, que trae consigo la expansión y desarrollo del comercio y la industria, especialmente en los Estados Unidos, entre 1985 y 1942 las Relaciones Públicas alcanzaron un desarrollo dentro de este País.

El rápido desarrollo de las Relaciones Públicas dentro de los negocios fue igualado por las organizaciones de asistencia pública, instituciones educativas, organismos gubernamentales, sindicatos y asociaciones comerciales y por celebridades, líderes políticos.

Se estima que 100,000 personas trabajan en Relaciones Públicas en Estados Unidos y que sus ganancias anuales son superiores a \$1,000 millones de dólares por año.

El crecimiento de las Relaciones Públicas no sólo se limitó a Estados Unidos, sino que a fines de la segunda guerra mundial surgieron grupos de profesionales en Relaciones Públicas en Gran Bretaña, Francia, Holanda, Bélgica, Alemania Occidental, Noruega, Finlandia, Canadá, Australia, México, Brasil y otras áreas del mundo.

En mucho de estos Países las Relaciones Públicas tenían un parecido al sistema que operan en Estados Unidos. La rápida difusión de las comunicaciones y los viajes han expuesto a millones de personas en Asia, África y Latinoamérica a una amplia gama de influencia persuasiva de las que anteriormente se encontraba aislada debido a la distancia, la pobreza y el analfabetismo.¹⁵

¹⁵ Lloryd, Herbert y Lloryd peter. Relaciones Públicas, Pág. 14 y 15. Edición Piramide, Primera Edición, España 1988.

1.3.1 Antecedentes de Las Relaciones Públicas en El Salvador

En El Salvador no se tiene una fecha de su iniciación en el País, pero se cree que con la aparición de la primera agencia de publicidad se dieron los primeros pasos. Fue Don Sigfrido Munés quien instaló la primera oficina que se encargó de las Relaciones Públicas en el ámbito profesional, pero al no tener el éxito esperado pasó luego a ser agencia de publicidad.

El Noble y Asociados hoy llamada Modernoble Publicidad funcionó entre los años 1967 y 1972, un departamento especializado en Relaciones Públicas como división de la agencia a cargo de un ejecutivo de cuentas. Su función era de tipo social y asesoría, preparación de conferencias y recepciones, decoraciones del lugar, invitaciones y otros.¹⁶

En Febrero de 1972, fue creada la Asociación Salvadoreña de Profesionales en Relaciones Públicas (ASERP), que años más tarde desapareció.

Esta entidad tenía como objetivos principales:

- Velar por los intereses de sus miembros,

¹⁶ Separata de Relaciones Públicas de la Universidad Nueva San Salvador, 1999

- Prestar su apoyo para acrecentar la actividad profesional
- Promover el intercambio de ideas y experiencias entre sus miembros y asociaciones similares en otros países,
- Reconocer y estimular de la manera más conveniente los méritos de sus miembros.

En el año de 1988 se llevó acabo en el país, el primer Simposio Nacional de Relaciones Públicas, organizada por ASERP con la participación de entidades gubernamentales y privadas que ejercían las Relaciones Públicas.

Ese mismo año marcó una nueva etapa de la Relaciones Públicas en El Salvador, ya que nace ARP, Relaciones Públicas; primera empresa de Relaciones Públicas Independiente contando con los nuevos avances tecnológicos y un entrenamiento técnico práctico para el personal en las sedes de su agencia asociada en el exterior.¹⁷

El desarrollo de esta disciplina en El Salvador se puede apreciar con el surgimiento de nuevas escuelas como parte de las comunicaciones de enseñanza superior, en las técnicas de Relaciones Públicas y utilizadas por todo tipo de empresas para obtener el éxito empresarial.

1.3.2 Las Relaciones Públicas Y El Manejo de Imagen

El término Relaciones Públicas, conlleva en la actualidad un nuevo aporte con mentalidad de comunicación a la cual se le conoce como IMAGEN.

Toda imagen depende en gran manera de la integración de ideas creencias y asociaciones y cuanto más se conoce de ellos más eficaz serán las Relaciones Públicas en la empresa con el público.

La imagen en términos de Relaciones Públicas no es más que una expresión técnica cuyo significado es la representación mental que los públicos o grupos de personas se forman de una institución.¹⁸

Acorde a lo planteado anteriormente, se puede asegurar que cualquier empresa, institución u organización sea esta educativa, comercial, financiera, política o de cualquier otra índole

Requiere del manejo adecuado de una imagen favorable y el camino más viable lo constituye el uso y la práctica efectiva de las Relaciones Públicas.

²¹ Ibid

¹⁸ Muriel, María Luisa y Rota, Gilda. Comunicación Institucional 1980

Cabe recordar que las Relaciones Públicas es un esfuerzo conciente para estimular o influenciar a las personas, especialmente por medio de la comunicación con el objetivo de afectar intencionalmente.

Asimismo, las Relaciones Públicas son llamadas, Comunicación Institucional; definiéndolas como El sistema Coordinador de los Contactos o Relaciones existentes entre los públicos interno y externo para alcanzar los objetivos específicos de ambos con el fin de lograr un desarrollo planificado¹⁹.

1.3.3 Definición de las Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas se constituye en una herramienta muy importante dentro del desempeño exitoso de una empresa. Además de considerarse un tema de mucha importancia.

Muchos autores han creado sus propias definiciones sobre esta disciplina, algunos la definen así:

- 1) Las actividades de toda industria, unión, corporación, profesión, gobierno u otra organización cualquiera para la creación y mantenimiento de unas relaciones sanas y productivas, ciertos sectores determinados de público tales como clientes, empleados o accionistas y con el público en general a fin de adaptarse al medio de estos y justificar su existencia ante la sociedad. (Webster New International Dictionary)
- 2) Las Relaciones Públicas se convierte en una comunicación planificada y persuasiva destinada a influir sobre un público considerable. (John E. Marston)
- 3) Las Relaciones Públicas son la función gerencial que evalúa las aptitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de una organización con el interés público y ejecutar un programa de acción y comunicación para ganar aceptación y entendimiento público. (John E. Marston)

Siendo esta última, la más acertada, los términos acción y comunicación son fuertes. Las palabras “función gerencial”, indican que las buenas Relaciones Públicas son una parte fundamental de la naturaleza de una organización. “Con interés público”, son también palabras importantes pues el intento de

¹⁹ Muriel, María Luisa y Rota, Gilda. Comunicación Institucional 1980

hacer que las acciones contrarias al interés público resultan atractivas para él.²⁰

1.3.4 Funciones de las Relaciones Públicas

Las funciones de la Relaciones Públicas, son el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización con el fin de crear y mantener las buenas relaciones entre los miembros de la organización y los demás sectores de la opinión pública.

Así mismo con los públicos interno, proveedores, clientes, accionistas, financieras, gobierno, medios de comunicación y público general; a fin de proyectar una imagen favorable de la organización ante ellos, permitiéndoles así el sostener su actividad y promover su desarrollo

²⁴ Relaciones Publicas Modernas. Jonh E. Marston. Edición Segunda Edición.

1.3.5 Relaciones Públicas en el Sector Financiero.

La importancia de las relaciones públicas dentro del sector financiero es clara y lógica. Si por medio de ellas se proyecta ante el público una imagen veraz y positiva de la organización, ello puede influir en alto grado para que las financieras otorguen los créditos se requieran en el monto en que solicite.

La obtención de financiamiento en estas condiciones es de vital importancia, ya que sabemos bien que ninguna organización puede vivir y mucho menos desarrollarse si no cuenta con los recursos financieros adecuados²¹.

Además, las Relaciones Públicas dentro del sector financiero son de vital importancia, debido a que el área financiera es de interés general en una nación, por lo que las Relaciones Públicas juegan un papel fundamental para divulgación de la información a los diferentes sectores de un País.

Muestra de ello, es que el Banco Central de Reserva de El Salvador junto con la Superintendencia del Sistema Financiero y la Dirección de Protección al Consumidor, informaron sobre el proceso y desarrollo de la aprobación de la Ley de Integración Monetaria a los medios de comunicación mediante sus Departamentos de Relaciones Públicas.

²¹ Ríos Szalay, George. Relaciones Públicas. Primera Edición 1978. Pág. 56

1.3.6 Relaciones Públicas Con El Gobierno

Toda empresa debe procurar dar a conocer y destacar ante los sectores gubernamentales con los cuales tenga mayor contacto, información respecto a la forma en que contribuye al desarrollo socioeconómico de la comunidad local y nacional.

Esta información puede ser relacionada a fuentes de trabajo, pago de impuestos, promotoras de actividades económicas, creadora de divisas por exportaciones, por medio de mejoras al medio ambiente en colaboración con el gobierno y cambios constitucionales.²²

Pero además, las Relaciones Públicas dentro del sector gubernamental juega un papel importante ya que el Estado debe siempre mantener informado al País de todo aquello que afecte directa o indirectamente a la nación.

Este papel fue desempeñado por el Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones en coordinación con los Medios de Comunicación Social; como fue el caso de la divulgación de la Aprobación y la entrada en vigencia de la Ley de Integración Monetaria.

Por lo que las Relaciones Públicas deben buscar la manera más adecuada de informar mediante la ejecución de programas de acción y comunicación para ganar aceptación y entendimiento del público.

²² Ibid Pág. 81

1.3.7 Importancia de las Relaciones Públicas

Se ha dicho que las funciones de las Relaciones Públicas tienen como finalidad el promover actitudes favorables para la organización. Ninguna empresa u organización puede desarrollarse sin el apoyo del público.

Muchas empresas se dan cuenta de la importancia que conlleva la aplicación de las Relaciones Públicas hasta que han experimentado las inconveniencias de no haberlo hecho con anterioridad, al igual que cuando un paciente valora su salud hasta que la ha perdido.

En ambos casos resulta favorable el aplicar las medidas preventivas para que no existan lamentos más adelante como lo sugiere el refrán “ Más vale prevenir, que lamentar.”

1.3.8 Objetivos de las Relaciones Públicas

Toda empresa necesita mantener una excelente imagen entre sus públicos para poder desarrollarse satisfactoriamente, lo cual es posible si la empresa está consiente de su responsabilidad.

A este respecto las Relaciones Públicas le darán a la empresa la fuerza que necesita para cumplir con sus objetivos más eficientemente.

Por lo tanto el objetivo primordial de la Relaciones Públicas en la empresa es el de llegar hasta el ámbito del libre albedrío de la persona humana para conquistar la decisión de solidarizarse con la empresa²³.

Entre los principales objetivos de las Relaciones Públicas se encuentran:

- Crear prestigio e imagen del servicio o producto,
- Promover la imagen del servicio o producto,
- Prever y solucionar problemas laborales,
- Promover la buena voluntad de los proveedores,
- Atraer nuevos clientes y mantener la buena voluntad de los comerciantes,
- Crear y mantener buena simpatía en las relaciones con los clientes y consumidores,
- Obtener una buena actitud del gobierno,
- Mantener buena relación con los medios de comunicación,

²³ Rodarte Fernández, Fernando. La Empresa y sus Relaciones Públicas. Pág. 158 y 209. Editorial Limusa, México, 1981

- Acaparar una actitud favorable de los accionistas.

Todos los públicos con los que la empresa u organización tiene relación se forman una imagen u opinión acerca de ella, que influirá en sus actitudes hacia la misma.

El objetivo final de las Relaciones Públicas es lograr que esa imagen sea positiva y se acreciente como tal, con el fin de influir en los diversos públicos para que sus actitudes hacia la empresa sean favorables a ella, ayudando así a que ésta no sólo pueda mantener sus actitudes, sino que pueda además desarrollarse como tal.²⁴

²⁴ Jorge Ríos , Op. Cit. 14

1.4. La Integración Monetaria

1.4.1 Integración Monetaria Internacional

En el año dos mil el congreso de Estados Unidos, tuvo a bien aprobar el proyecto de ley denominado: Ley de Integración Monetaria Internacional (conocido en Ingles como I.M.S.A. y en los países latinoamericanos como Dolarización) presentado por él senador republicano de la Florida Conni Mack.²⁵

Esta Ley nace con la finalidad de que Estados Unidos ayude a la estabilización de los mercados exportadores y hacer que crezca más rápidamente; a que los inversionistas norteamericanos reduzcan los costos de cobertura ante el tipo de cambio del dólar cuando éstos inviertan en los mercados emergentes.

La Ley de Integración Monetaria Internacional, consiste en la adopción y libre circulación del dólar como moneda nacional en los países latinoamericanos y otros, ya que fija permanentemente la tasa de cambio entre el dólar y las monedas locales.

Esta Ley propone ventajas para los países que decidan adoptar al dólar como moneda nacional tales como: la estabilidad monetaria, reducción en la inflación y baja en las tasas de intereses hasta los niveles de Estados Unidos, mayor

²⁵ Estados Unidos y la dolarización en América Latina Por Guillermo Gil Especialista en Política Monetaria del Banco Central de Cuba. Enero 2000

crecimiento económico que estimule los ahorros y las inversiones extranjeras, disciplina fiscal, contribución al fortalecimiento del sistema financiero y otros.

En cuanto el suministro del dólar para los países a dolarizarse, no será a través del Gobierno de Estados Unidos directamente, sino que las naciones dolarizadas deberán obtener el dólar por medio de la compra de bonos del Tesoro de Estados Unidos en el mercado y posteriormente los venderá a la Reserva Federal por billetes y monedas.

La Ley de Integración Monetaria Internacional, establece que una parte de los intereses que la Reserva Federal obtengan como resultado de la compra de los bonos, serían transferidos al país dolarizado.

Este apartado se aplica únicamente a los países que sustituyan su moneda local por el dólar, en otro caso no tendrá derecho a recibirla. Asimismo la Reserva Federal se encargará de controlar la cantidad de dólar en circulación.

Además, la Ley de Integración Monetaria internacional, deja en claro algunos puntos importantes para las naciones que decidan dolarizarse oficialmente. En primer lugar, no cambia la estructura de la Reserva Federal ni los procedimientos y objetivos de la política monetaria de los Estados Unidos.²⁶

²⁶ Ibid Pag. 1

Tampoco compromete a la Reserva Federal en materia de política monetaria, con la conducción de la economía del país que decida dolarizarse oficialmente.

Por otra parte Estados Unidos no se responsabiliza a ser prestamista de última instancia en la banca privada extranjera y utilizar las ganancias por el señoreaje como colateral ante una línea de crédito de emergencia.

1.4.2 Pasos de la Integración Monetaria

Para la implantación de la Dolarización en los países de América Latina y cualquier otra región del mundo, debe seguirse una serie de pasos, los cuales son supervisados directamente por el Secretario del Tesoro, siendo este el encargado de seleccionar a los países candidatos y otorgar la certificación a aquellos que son aprobados para iniciar el proceso de aplicación de la Ley, los pasos a seguir por estas naciones son los siguientes:²⁷

- 1) El secretario del Tesoro debe seleccionar al país solicitante, para que Estados Unidos respalde el proceso de dolarización
- 2) Debe cesar la emisión de moneda local,
- 3) Destruir los materiales (placas y troqueles) usados para la producción de moneda doméstica.
- 4) Debe eliminar una porción sustancial de la moneda doméstica en circulación,
- 5) Sustituir al status de curso legal a la moneda doméstica y otorgar el status de curso legal al dólar de Estados Unidos,

²⁷ Ibid Pag. 1

- 6) Cesar la aceptación de moneda doméstica excepto en cambio por dólar y los pagos del gobierno en moneda doméstica,
- 7) Reasignar sustancialmente los procesos de activos y pasivos a dólares,
- 8) Comprometerse a hacer consultas con el Secretario del Tesoro para determinar si el País es un buen candidato para la dolarización oficial.
- 9) Cooperar con los Estados Unidos respecto a la previsión del lavado y falsificación del dinero.²⁸

La aplicación de éstos pasos para los países que decidan ingresar al proceso de la Integración Monetaria, implica un cambio total en la estructura económica de la nación, debido a que la autonomía de la moneda nacional

queda totalmente desfasada por la aprobación y otorgamiento de libre circulación del dólar en dicho país a dolarizarse.

1.4.3 Etapas de la Integración Monetaria

La adopción del dólar como moneda de libre circulación nacional en un país no ocurre de la noche a la mañana, para que una nación pueda clasificarse como dolarizada debe seguir un proceso que conlleva varias etapas o fases; estas se realizan de manera directa o indirecta en los países que en determinado momento optaran por la integración monetaria, las etapas son: la dolarización extraoficial, dolarización semi oficial y la dolarización oficial.

- **Dolarización Extraoficial:** La dolarización extraoficial, es la que ocurre cuando las personas mantienen una parte de sus activos en moneda extranjera, para protegerse contra la alta inflación de su moneda local, por ejemplo tener cuentas de ahorros en dólares, cuentas bancarias en el extranjero con previa autorización, bonos extranjeros y otros activos no monetarios.
- **Dolarización Semi Oficial:** La semi dolarización de un país puede llamarse también, País bimonetario; es decir que la moneda extranjera es de curso legal y aún puede dominar los depósitos bancarios, pero seguir jugando un papel secundario con respecto a la moneda local. A diferencia de los países oficialmente dolarizados; los semi dolarizados mantiene un

banco central u autoridades que se encargan de mantener su propia política monetaria.

- **Dolarización Oficial:** Conocida como dolarización total, ocurre cuando la moneda extranjera obtiene status de libre circulación, esto significa no sólo que el dólar ya es de curso legal en una nación para efectuar compras y ventas, sino que además el gobierno efectúa sus pagos con dicha moneda y la moneda local es restringida a un papel secundario.²⁹

Las etapas de la Integración Monetaria en El Salvador han sido evidentes a lo largo del tiempo, ya que durante muchos años el país se encontró en la fase de dolarización Extraoficial ya que existían cuentas en el extranjero en moneda de dólar.

A medida que los años transcurrieron pasó a la etapa Semioficial, teniendo el dólar libre aceptación en algunas operaciones pero sin ser una moneda de libre circulación nacional.

En la actualidad El Salvador se encuentra en el camino de la Dolarización Oficial en la cual se le otorgó al dólar el status de libre circulación para efectuar cualquier trámite monetario en el país, desfasando a la moneda domestica (Colón) a un nivel secundario.

²⁹ Reporte del comité de asuntos económicos del Congreso de Estados Unidos, Connie Marck, Julio 1999.

1.4.4 Formación, Aprobación y Vigencia de la Ley en El Salvador

La formación de leyes en El Salvador conlleva una serie de pasos por seguir, los cuales deben ser cumplidos cuidadosamente por las diferentes partes que se ve involucradas en la formación, aprobación y divulgación de una ley.

Dentro de la Constitución de El Salvador se determina, el siguiente proceso para la formación de leyes:

- 1) Las iniciativas de ley pueden ser presentadas única y exclusivamente por:
 - Los Diputados
 - El presidente de la República, por medio de sus ministros
 - La Corte Suprema de Justicia
 - Los Concejos Municipales. (Art. 133)³⁰
- 2) Todo proyecto de ley debe ser aprobado por la mayoría de la junta directiva de la Asamblea. Luego de ser firmado el proyecto, este pasa a ser un Decreto Legislativo y se guardará un ejemplar en la Asamblea y dos serán enviados al Presidente de la República.(Art.134)

³⁰ Constitución Explicada. Cuarta Edición. Fespac Ediciones Pág 96-99

- 3) Cuando el proyecto ya ha sido firmado y aprobado tiene diez días para ser presentado al Presidente de la República, el cual tiene la función de revisar, sancionar y enviar a publicar el decreto ya como ley. (Art. 135)
- 4) Posteriormente el Presidente de la República firmará los dos ejemplares recibidos anteriormente y devolverá un ejemplar firmado a la Asamblea y el otro se queda en su archivo personal.

Posteriormente debe ser enviado a publicar en el Diario Oficial, si este no lo enviare en un periodo de 15 días, el Presidente de la Asamblea Legislativa tendrá la obligación de publicar la Ley en el Diario Oficial o en el periódico de mayor circulación en le País. (Art. 136)³¹

1.4.5 La Ley de Integración Monetaria en El Salvador.

La iniciativa de ley para la implantación de la Ley de Integración Monetaria en El Salvador, fue presentada por el Presidente de la República Licenciado Francisco Flores, a iniciativa del Ministro de Economía ante la Asamblea Legislativa el veinticuatro de noviembre del año dos mil; con el objeto de incorporar al País a un proceso de integración monetaria internacional, facilitando el intercambio comercial y financiero con el mundo, además de buscar una estabilidad monetaria nacional.

Esta solicitud fue apoyada por los ministros del ámbito económico (Ministro de Economía, Ministro de Hacienda), por considerarse saludable para la economía de El Salvador debido a que esta permitiría a las empresas disponer de mayores recursos para la inversión.

Sin embargo, la aprobación de la Ley de Integración Monetaria enfrentó oposición debido a considerársele como una Ley inconstitucional, por ir contra lo planteado en el artículo ciento once de la Constitución de la República de El Salvador que dice: “El poder de emisión de especies monetarias corresponde

³¹ Constitución Explicada. Cuarta Edición. Fespada Ediciones Pág 96-99

exclusivamente al Estado, el cual podrá ejercerlo directamente o por medio de un instituto emisor de carácter público.³²

Es así como por medio del decreto 201 es aprobada la Ley de Integración Monetaria, por la Asamblea Legislativa el treinta de noviembre del año dos mil, entrando en vigencia el primero de enero del año dos mil uno.

Siendo de esta manera como El Salvador pasa a ser uno de los países dolarizados por Estados Unidos, ya que se le otorga el derecho de libre circulación al dólar para efectuar cualquier transacción monetaria en el país y fuera de él.

Es así como el régimen monetario, bancario y crediticio ha sido regulado por la Ley, el Estado deberá orientar la política monetaria con el fin de promover y mantener las condiciones más favorables para el desarrollo ordenado de la economía nacional.”

1.4.6 Implicaciones de La Integración Monetaria

- Establece la libertad de contratar en cualquier otra moneda –euro, libra esterlina, yenes japoneses, quetzales y otras monedas- especificando que el pago tiene que ser en la moneda respectiva.

³² Ibid Pág.83

- Fija permanentemente la tasa de cambio entre el colón y el dólar a ₡8.75 colones por dólar.
- Da curso legal al dólar, que será la unidad de cuenta del sistema financiero.
- Los sueldos y salarios serán denominados en colones o dólares, a libre voluntad del trabajador o empleado.
- Los precios de los bienes se podrán expresar tanto en colones, como en dólares.
- Circularán los billetes y monedas de colón y dólar.
- Estará prohibido a los bancos cobrar comisión por el cambio de colones a dólares.³³

³³ Carta Informativa Año 1 N° 8 Noviembre 2000. CONAMYPE, Ministerio de Economía

1.4.7 Ventajas de La Integración Monetaria, según el Ministerio de Economía de El Salvador

- Mejores condiciones financieras
 - Las tasas de interés real disminuyen,
 - Los plazos de los instrumentos financieros se alargan al estar protegidos contra la devaluación,
 - Permite una mayor gama de instrumentos financieros que son comunes en dólares pero inexistentes en moneda local,
 - Una mayor estabilidad institucional.

- Un sistema financiero más competitivo y sano
 - Mayor competencia en el área de prestamos
 - Hace más atractiva la entrada de bancos extranjeros a El Salvador.
 - La disminución de las tasas de interés mejora la calidad de carteras en los bancos, permitiendo un sistema financiero más sólido.

- Salarios más seguros.

- Ahorros y sistema de pensiones confiables.

- Mayor estabilidad para la inversión, la eliminación del riesgo cambiario hace atractiva la inversión extranjera en el país y permite inversiones de mayor duración.³⁴

Según el Ministerio de Economía de El Salvador estas ventajas, favorecerán al país en el desarrollo económico en los niveles de importación y exportación, así como también en la apertura de la inversión extranjera hacia la nación salvadoreña.

1.4.8 Diferencia entre Integración Monetaria y Dolarización

La ley de Integración Monetaria en El Salvador entró en vigencia el primero de enero del año dos mil uno, causando interés en la población por la creación de una nueva ley.

La aplicación de esta Ley creó confusión en la sociedad, por la dualidad de los términos dolarización y Ley de Integración Monetaria, sin conocer el significado de cada uno de ellos.

³⁴ Ibid Pág 1

La dolarización, es un concepto que consiste únicamente en la sustitución de una moneda local por el dólar, dicho término es utilizado por la Integración Monetaria como instrumento para integrar a la sociedad salvadoreña con el mundo.

A diferencia de la Integración Monetaria, cuyo concepto es la adopción y libre circulación del dólar como moneda nacional en los países y la fijación permanente de la tasa de cambio entre el dólar y las monedas locales.

¿Por qué no se le llama a la Ley de Integración Monetaria, Dolarización? Sencillamente, porque no se le debe prestar atención al instrumento para la aplicación de la ley, sino el fin que se persigue.

El dólar o cualquier moneda es simplemente un instrumento que facilita el intercambio de bienes y servicios, teniendo como fin la integración monetaria, siendo utilizada la moneda más común en los mercados internacionales como lo es el caso del dólar.

1.4.9 El Banco Central de Reserva de El Salvador y La Dolarización

Es responsabilidad del Estado Promover y mantener condiciones monetarias favorables para el desarrollo de la nación, y delega la función de emisión de la moneda nacional al Banco Central de Reserva de El Salvador.

La Ley Orgánica del Banco Central de Reserva establece los procesos de emisión y circulación de la moneda nacional esto difiere con lo establecido en la Ley de Integración Monetaria Internacional (IMSA), cuya finalidad es la de promover al dólar como moneda de libre circulación en los países latinoamericanos, esto incluye a El Salvador.

Los artículos 45, 46 y 47 de la Ley Orgánica del Banco Central de Reserva de El Salvador, quedan derogados ante la IMSA, ya que el Banco se ve en la obligación de destruir la maquinaria para la elaboración del Colón.

Violando así el derecho de impresión, otorgado dentro de la Ley Orgánica del Banco, en el artículo 35 el cual se lee: “De conformidad con lo que prescribe el artículo 111 de la constitución, el Estado delega en el instituto público Banco Central de Reserva de El Salvador la potestad exclusiva de emitir especies monetarias.”³⁵

³⁵ Ley Orgánica del Banco Central de Reserva. Pág.93

Debido que a partir de la entrada en vigencia de la Ley de Integración Monetaria, la moneda del dólar tiene libre circulación en el País, además de la emisión y circulación de esta moneda estará regulada únicamente por la Reserva Federal de Estados Unidos no por el Banco Central de Reserva de El Salvador.

Esto significa que las Leyes mercantiles de El salvador deberán sufrir cambios en sus políticas, debido a que no son compatibles con las impuestas por la Ley de Integración Monetaria Internacional, como lo es el caso de la Ley Orgánica del Banco Central de Reserva de El Salvador y La Ley de Bancos entre otras.

1.4.10 La Ley de Integración Monetaria y Los Medios de Comunicación Social en El Salvador.

La sociedad actual está formada de tal manera que es difícil y casi imposible de tratar con los receptores en una forma directa y personal, es por eso que el comunicólogo debe buscar y confiar en canales que sean impersonales e indirectos, así, aún y cuando el receptor se encuentre fuera del alcance inmediato, podrá usar los medios de comunicación social como amplificadores de su mensaje.

Muestra de ello es que el treinta de noviembre del año dos mil, los medios de comunicación se ven en la obligación de aplicar dos de sus funciones prioritarias, como son educar e informar a la nación, sobre la implantación de la Ley de Integración Monetaria conocida como dolarización.

Para enero del dos mil uno, la población salvadoreña tendría que estar informada sobre aspectos básicos de la ley, ejemplo de ello los distintos cambios monetarios, tasas de intereses, convertibilidad del dólar a colón, etc., labor que le competía a los Medios de Comunicación Social en cuanto a la divulgación

Fue así como la divulgación de la aprobación de la Ley de Integración Monetaria por parte del Presidente de la República, Licenciado Francisco Flores en los medios de comunicación hacia la población salvadoreña fue hecha a pocos días de que ésta entrara en vigencia. Sin dar a conocer con anticipación datos claros sobre formación, promulgación y vigencia de la Ley.

1.5 Antecedentes del Sector Económico Informal

Las muy pequeñas unidades de producción y distribución de bienes y servicios, situadas en las zonas urbanas de los países en desarrollo conocidas como sector informal.

Pertenecen casi siempre a productores independientes y trabajadores por cuenta propia, que ocasionalmente emplean a miembros de la familia o algunos asalariados y aprendices.

El sector dispone de muy poco o de ningún capital; utilizando técnicas rudimentarias y mano de obra escasamente calificada, por no contar con medios de producción propios, adecuados y convenientes.

Su productividad es reducida y quienes trabajan en ella suelen obtener ingresos bajos e irregulares, su empleo es sumamente inestable, por lo que pasan a constituir la pobreza urbana y social de una nación.

Sin embargo, éste sector busca su sobrevivencia, mediante el desarrollo de mecanismos económicos que les permitan superarse de la extrema pobreza y la pobreza en la que viven, superando así la marginación social y política.

Forman un sector no estructurado porque casi nunca están declaradas ni figuran en las estadísticas oficiales, suelen tener poco o ningún acceso a los mercados organizados, a las instituciones de crédito, a los centros de enseñanza y de formación profesional, no están reconocidas, ni apoyadas, no es reglamentado por el Estado.

Por lo que quedan casi siempre excluidas de la protección social, de la legislación laboral y de otras medidas de protección de los trabajadores y/o empresarios.

En la década de los noventa en América Latina el crecimiento económico fue escaso para generar empleos y mejorar la productividad, generando inestabilidad laboral.³⁶

Por otra parte los despidos justificados favorecen el aumento de la desocupación, haciendo que el sector informal aumentara para asimilar a toda la población económicamente activa emergente.

En América Latina el impacto de la globalización ha traído como resultado la liberación de la economía implantada por los gobiernos neoliberales y han vuelto a la región cada vez más dependiente y vulnerable a la crisis económica.

³⁶ <<http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/reqcopyr.htm>> 1996-1999 Organización Internacional del Trabajo (OIT) - Descargo de responsabilidad <<http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/disclaim.htm>>

El Neoliberalismo consiste en la libertad de mercado, el derecho a la propiedad privada, dejando fuera al Estado como ente regulador de los mercados al permitir más ventaja por menos costo (Ley de la Oferta y la Demanda.)³⁷

Las políticas neoliberales no han cambiado la forma de inserción histórica de los países latinoamericanos al mercado mundial, los cuales continúan dependiendo de sus exportaciones de materias primas y productos semielaborados.

La crisis internacional, los fenómenos naturales y la reducción de los precios agrícolas y materias primas llevaron a la región a un retroceso con fuerte incidencia en el desempleo.

Es importante resaltar que con el conformismo que se da desde la década de los años sesenta hasta mediados de los setentas en la región, se introdujeron

una serie de políticas y programas orientados a asistir, lo que entonces se le llamaba pobreza urbana, sectores marginados, ahora economía informal.

1.5.1 Definiciones del Sector Informal

Son los sectores de la sociedad que conforman la economía informal; son agentes económicos que han sido marginados o expulsados ya sea del mercado de trabajo (no tienen ingresos del fondo de salarios), o de los mecanismos de distribución del excedente económico.

El sector informal puede definirse como “un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o prestaciones de servicio con la finalidad de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esta actividad”.³⁸

Asimismo, es “una pequeña unidad de producción y distribución de bienes y servicios situadas en las zonas urbanas de los países en desarrollo”

Siendo considerado en El Salvador como uno de los sectores, más grandes en la evasión de impuestos y menos apoyado por el Estado, el cual esta constituido por personas que se dedican a diverso oficios como zapateros, costureras, transportista de carga, vendedores, etc.

³⁷ Diccionario de La Lengua Española, Editorial Océano.

³⁸ <<http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/reqcopyr.htm>> 1996-1999 Organización Internacional del Trabajo (OIT) - Descargo de responsabilidad <<http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/disclaim.htm>>

1.5.2 Características del Sector Informal

Las características más importantes que identifican a este sector son:

- *Es un Sector no estructurado*
- *No están reconocidas ni apoyadas por el Estado*
- *Casi nunca están declaradas ni figuran en estadísticas oficiales, tienen poco acceso a los mercados organizados como en las instituciones de crédito y centros de capacitación profesional; a diferencia de las microempresas que cuentan con entidades como AMPES, que se encarga de proporcionarle al sector microempresarial capacitaciones.*
- *La economía informal es heterogéneo tanto estructural como funcional.*
- *Su función es típicamente la de una pequeña escala con una organización rudimentaria.*
- *El sector informal se basa en el empleo ocasional el parentesco o las relaciones personales y sociales.⁴³*
- *Se observa gran numero en el comercio.*

⁴³ *Ibíd.*

1.5.3 El Sector Informal y sus Individuos

El sector informal genera todo tipo de perspectivas en la vida en sus miembros, puede de manera indirecta convertirlos en entes poco sociables debido a la marginación de la sociedad en general.

De igual manera promueve el conformismo entre los que laboran en dicho sector, el cuál se acomoda y por lo tanto, nunca llega a darse cuenta de su potencialidad de desarrollo personal y profesional.

Sin embargo, dentro del sector informal existen personas que contra todas las adversidades del sistema logran dentro de su entorno familiar, convertirse en ciudadanos que logran aliviar o resolver sus problemas económicos o sociales en el mismo marco de la informalidad y pasar así, de la miseria a la pobreza o romper el círculo de la informalidad.

Evitando así que los dos círculos viciosos más predominantes dentro del sector informal como lo es la pobreza y la falta de capacidad de competir en la economía les permita a dicho sector involucrarse activamente en los procesos de la productividad.

1.5.4 Características de los Miembros del Sector Informal.

1. Para estar en el mercado de trabajo informal debe estar fuera del empleo formal parcial o totalmente. Las bajas condiciones de ingresos del trabajador del mercado de trabajo formal, hace que un obrero o empleado combine su participación en la economía formal y la informal al mismo tiempo.
2. Los niveles de formación técnica son importantes para definir el grado de calificación o descalificación con que se cuenta en la mano de obra disponible y establecer los requisitos de formación y capacitación.
3. Muchos de los que conforman la economía informal han sido expulsados del mercado formal o han perdido sus capacidades de empresario. Saber su origen laboral en este sentido es importante para igual medir el grado de calificación y experiencia y definir su posible forma de reinserción a la economía formal.⁴⁴
4. El origen geográfico tiene que ver también con la experiencia laboral y/o empresarial y sus costumbres culturales (en cada caso, la experiencia será diferente si es del área rural, de un país de la región centroamericana, o si viene del extranjero como repatriado, etc.)

⁴⁴ *Ibíd.*

5. El sexo es igualmente importante por el perfil laboral, las diferentes condiciones de trabajo y las diferentes formas de participación de la comunidad y el hogar.
6. La experiencia organizativa en el ámbito comunitario y en el espacio de trabajo.
7. Por la edad uno puede claramente leer la realidad de este sector, por ejemplo, el que los niños desde muy temprana edad (3 años en adelante), ya participan en actividades productivas y de comercio.

Igualmente pasa con los ancianos mayores de los 65 años, es decir que la edad de participación en este mercado está dada más por la lógica de la subsistencia que por los parámetros formales de la sociedad.

1.5.5 Ventajas y Desventajas del Sector Informal

La heterogeneidad de la economía informal, es el resultado de la diversidad de sectores económicos que se incorporan sin conexión entre sí, siendo una de las causas por las que no se puede hablar de sector informal.

Entre las diferentes actividades podemos encontrar: vendedores ambulantes, pequeños talleres, transportistas, agiotistas, comerciantes, albañiles, servicio doméstico, otros.⁴⁵

1.5.5.1 Ventajas

- a) El Sector informal trabaja con mano de obra barato permitiéndole menos gastos de producción.*
- b) La economía informal consume bienes y servicios intermediarios y finales que produce el sector formal de la economía, por lo que participa de manera complementaria en la realización de dicha producción.*
- c) En las actividades que se desarrollan dentro del sector informal, existen algunas semejanzas de desarrollo con el sector formal, lo que en ocasiones significa que se den procesos competitivos o complementarios entre la informalidad.*
- d) Es difícil encontrar actividades totalmente puras en cuanto a formales o informales. Por ejemplo el trabajo doméstico, la manufactura de calzado, en actividades comerciales, transporte, otros.⁴⁶*

⁴⁵ <<http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/reqcopyr.htm>> 1996-1999 Organización Internacional del Trabajo (OIT) - Descargo de responsabilidad <<http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/disclaim.htm>>

⁴⁶ *Ibíd.*

1.5.5.2 Desventajas

- a. *La falta de formación básica y técnica, o su bajo nivel académico, es una de las desventajas más preponderante que enfrenta el sector económico informal.*
- b. *Si al analfabetismo y la escolaridad se le agregan las deficientes condiciones nutricionales en que muchos de los miembros del sector informal se desarrollan, estos factores les afecta en su formación profesional cuando se encuentran con las demandas del mercado de trabajo formal.*
- c. *Los problemas de salud, al igual que los de la educación, son parámetros básicos para medir la situación social y las perspectivas de desarrollo económico de un país, este es un problema presente en la inmensa mayoría de la población urbana que vive en el sector económico informal.*

Las enfermedades gastrointestinales son una manera de medir a la población urbana que vive en la pobreza, por la falta de higiene, de agua potable y condiciones de vivienda en general.

- d. *El problema de la vivienda se expresa por la falta de techo y la disponibilidad de servicios en la misma, al no contar con una institución que les brinde a los miembros del sector económico informal la facilidad de crédito para obtener este servicio, como lo tienen las personas del sector formal.*
- e. *El empleo informal se caracteriza: por tener ingresos inferiores a los salarios mínimos del sector formal, por ser inestable y no presentar ningún tipo de protección.*

1.5.6 La Dolarización y el Sector Informal Económico.

El proceso de implantación de la Ley de Integración Monetaria no sólo movió al sistema financiero bancario, sino a toda la economía Nacional hacia un cambio de cultura económica. No toda la población salvadoreña, estaba preparada cultural, política y social para enfrentar un cambio monetario de esta índole, en el campo económico.

El sector informal muestra ser uno de los grupos menos interesados en la implantación total del dólar como moneda nacional, todo ello según las perspectivas del sector. Todo esto, debido a que el sector informal, está compuesto por los negocios pequeños y con menos educación, es por ello que en la actualidad el sector informal es el más expuesto a la confusión con la adopción de la dolarización

Dentro de la sociedad el sector informal es considerado como el grupo de los trabajadores pobres, que se afanan por producir bienes y servicios sin que sus actividades estén reconocidas, registradas o protegidas. Uno de los procesos al que tendrá que acostumbrarse este sector informal es el del cambio monetario, saber cuánto es el precio que deberá tener su producto ya que en el Comercio informal lo que más circulará es el dólar fraccionario, ya que los artículos que venden son sencillos.

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Objetivos de la Investigación.

Objetivo General

Determinar si los medios de comunicación social están cumpliendo con la función de informar sobre el proceso de la Integración Monetaria de la Economía de El Salvador.

Objetivos Específicos

- Establecer si los medios de comunicación social cumplen con su papel de educar e informar a la sociedad, teniendo como base la creación y divulgación de la Ley de Integración Monetaria en El Salvador.
- Determinar cual es el impacto de la Ley de Integración Monetaria en la población del sector informal de la economía, en la zona metropolitana de San Salvador.
- Definir la importancia que juegan los medios de comunicación social, en educación y orientación de las empresas dedicadas al comercio informal, en el proceso de Dolarización.

2.3 SISTEMA DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

H1: Los Medios de Comunicación Social en El Salvador, cumplieron con su papel de informar y educar a la población del sector informal sobre el proceso de la Dolarización.

H0: Los medios de comunicación social en El Salvador, no cumplieron con su papel de informar y educar a la población del sector informal de la economía sobre el proceso Dolarización.

Hipótesis Específicas

H1: Los Medios de Comunicación son generadores de opinión pública en el proceso de dolarización en el sector informal.

H0: Los Medios de Comunicación no son generadores de opinión pública en el proceso de dolarización en el sector informal.

H1: A mayor importancia por parte de los Medios de Comunicación Social en el proceso de la dolarización, mayor información para el sector informal.

H0: A menor importancia por parte de los Medios de Comunicación Social en el proceso de la dolarización, menor información para el sector informal.

H1: A mayor información por parte de los Medios de Comunicación social en el sector informal, mayor conocimiento y aceptación de la dolarización.

H0: A menor información por parte de los Medios de Comunicación social en el sector informal, menos conocimiento y aceptación de la dolarización.

2.3.1 Operacionalización de Hipótesis

HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
Los medios de comunicación social en El Salvador, no cumplieron con su papel de informar y educar a la población del sector informal de la economía sobre el proceso de la Ley de Integración Monetaria (Dolarización)	VI Medios de Comunicación Social	El Reating Caracterización Influencia en Opinión
	V D. Sector Informal	Nivel Económico y Académico Status Social Ingresos Sector Informal
Los Medios de Comunicación son generadores de opinión pública en el proceso de dolarización en el sector informal	VI. Medios de Comunicación Social	Objetividad Influencia
	V D. Opinión Pública	Criterio Conocimiento
A mayor importancia por parte de los Medios de Comunicación Social en el proceso de la dolarización, mayor información para el sector informal	VI. Medios de Comunicación Social	Papel Importancia
	V D. Información	Veracidad Objetividad Claridad Conocimiento
A mayor información por parte de los Medios de Comunicación social en el sector informal, mayor conocimiento y aceptación de la dolarización	VI. Medios de Comunicación Social	1 Eficiencia 2 Información
	V D. Conocimiento	1. Educación 2. Cultura

2.4 Método

El Método utilizado en la investigación de campo, es el Método Hipotético Deductivo; en el sentido de que los referentes del proceso investigativo, son las hipótesis de trabajo, luego éste fue sometido a verificación y comprobación mediante los análisis de la encuesta y entrevista.

Las Técnicas implantadas, para la ejecución de la investigación son: La Entrevista, destinada a los medios de comunicación social y la Encuesta distribuida entre los propietarios y personal de las empresas seleccionadas.

2.5 Unidades de Análisis

A lo largo del desarrollo de la investigación, se definió como unidades de análisis a todos aquellos comerciantes de verduras, ropa usada, vendedores de cereales y calzado localizado en la Zona Metropolitana de San Salvador.

Así mismo ejecutivos de diferentes Medios de Comunicación Social como lo son La Radio, Prensa y Televisión.

Sujetos de Estudio

Los sujetos de estudio, seleccionados para la realización de la investigación; fueron: Las personas de 18 años a más, donde se determinó la importancia de una aceptación y manejo de la moneda del dólar en el sector informal de la economía del país.

2.6 Cálculo de la Muestra

El universo lo conformaron personas del sexo masculino y femenino que tienen acceso al dólar y laboran en el sector informal de la economía salvadoreña.

La muestra se calculó para una población infinita y para ello se utilizó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

1. Dando a conocer el significado de cada uno de los componentes de la fórmula:

n = Población de la muestra

Z = Nivel de Confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Margen de error.

1. Asimismo se establece el valor que tuvo cada uno de los componentes de la fórmula para la determinación de la población a estudiar para esta investigación:

n = Desconocido

Z = 1.96

P = 0.5

Q = 0.5

E = 0.05

Desarrollo de la Fórmula

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 384$$

La muestra que se tomó para la recopilación de la información y que ayudó al desarrollo de la investigación, fue de 384 personas; todas se localizaron en la zona metropolitana de San Salvador.⁴⁰

⁴⁰ Lourdes Munich y Ernesto Ángeles; Metodología de la Investigación Pag. 103

2.7 Técnica

Para la investigación de la información de campo se utilizó las técnica de las encuesta y de la entrevista estructurada o dirigida.

2.8 Instrumento de la Investigación

CEDULA DE ENTREVISTA:

Ejecutivos de los Medios de Comunicación Social como lo son La Radio, Prensa y Televisión.

CUESTIONARIO:

Propietarios de los comercios de verduras, ropa de segunda mano, vendedores artículos de primera necesidad, calzado de la Zona Metropolitana de San Salvador.

2.9 Procedimiento de la Investigación de Campo

En la ejecución de la investigación de campo se desarrollaron los siguientes pasos:

- 1 Elaboración y aprobación de cuestionario y cédula de entrevista
2. Tiraje de 384 cuestionarios.
3. Ejecución de la encuesta en la zona metropolitana de San Salvador
4. Envío de cédula de entrevista por correo electrónico a los diferentes medios de comunicación (Correos sin respuesta).

5. Monitoreo a través de llamadas telefónicas a los ejecutivos de los diferentes medios de comunicación
6. Visitas a las oficinas de los medios de comunicación solicitando entrevista para la recopilación de la información para las cédulas de entrevistas.
7. Tabulación y análisis de la encuesta
8. Análisis de los resultados de las cédulas de entrevistas.

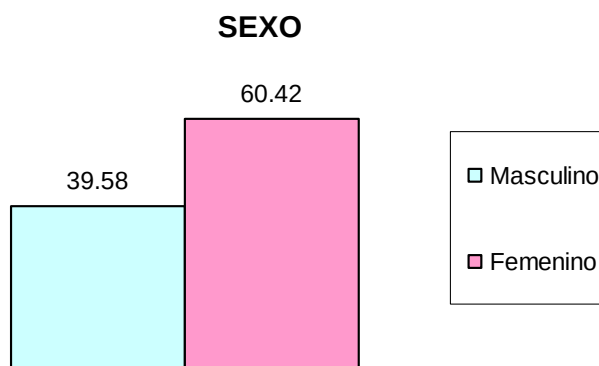
2.10 Análisis y Tabulación de la Encuesta

Sexo

Objetivo:

Definir el sexo más preponderante dentro del sector informal de la economía en El Salvador.

ALTERNATIVAS	F	%
Masculino	152	39.58
Femenino	232	60.42
Total	384	100



Hallazgo:

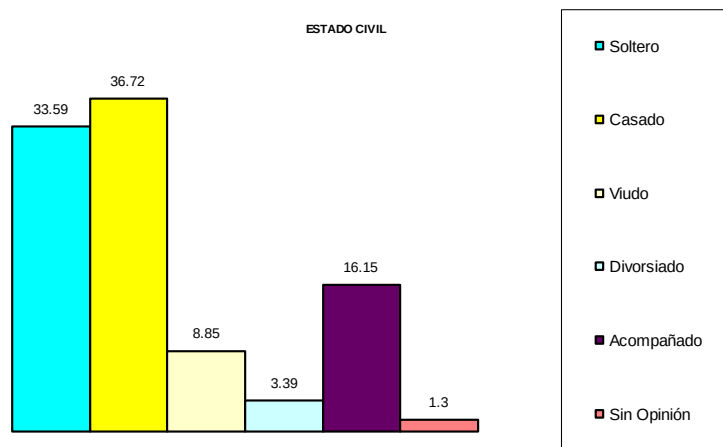
El sexo femenino muestra ser el grupo más sobresaliente del sector informal económico en la zona metropolitana de San Salvador.

Estado Civil

Objetivo:

Encontrar cual es el estado civil que más incide en la población del sector informal de la economía.

ALTERNATIVAS	F	%
Soltero	129	33.59
Casado	141	36.72
Viudo	34	8.85
Divorciado	3	3.39
Acompañado	62	16.15
Sin Opinión	5	1.3
Total	384	100



Hallazgo:

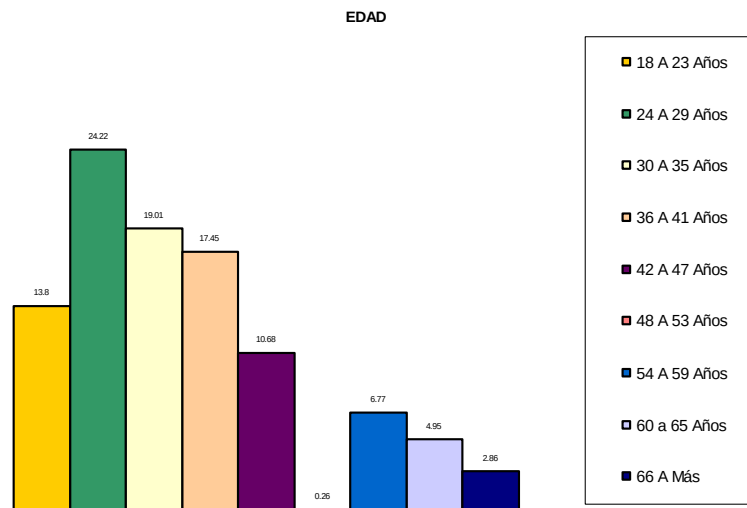
Dentro de la investigación se encontró que el mayor porcentaje de personas que laboran en el sector se encuentran casados.

Edad

Objetivo:

Determinar la edad promedio de las personas que se desarrollan dentro del sector informal.

ALTERNATIVAS	F	%
18 a 23 Años	53	13.8
24 a 29 Años	93	24.22
30 a 35 Años	73	19.01
36 a 41 Años	67	17.45
42 a 47 Años	41	10.68
48 a 53 Años	1	0.26
54 a 59 Años	26	6.77
60 a 65 Años	19	4.95
66 a más	11	2.86
Totales	384	100



Hallazgo:

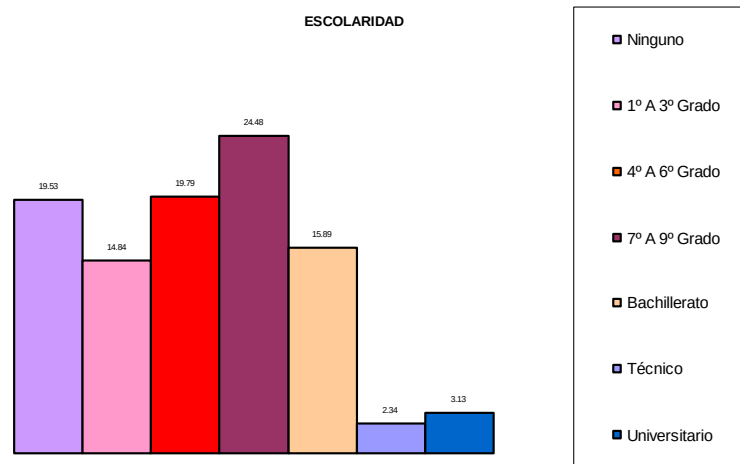
La edad promedio de las personas que laboran en la zona metropolitana de San Salvador, en el comercio informal oscilan entre los 24 y 41 años.

Escolaridad

Objetivo:

Establecer los niveles educativos que poseen los sujetos en estudio.

ALTERNATIVAS	F	%
Ninguna	75	19.53
1° a 3° Grado	57	14.84
4° a 6° Grado	76	19.79
7° a 9° Grado	94	24.48
Bachillerato	61	15.89
Técnico	9	2.34
Universitario	12	3.13
Total	384	100



Hallazgo:

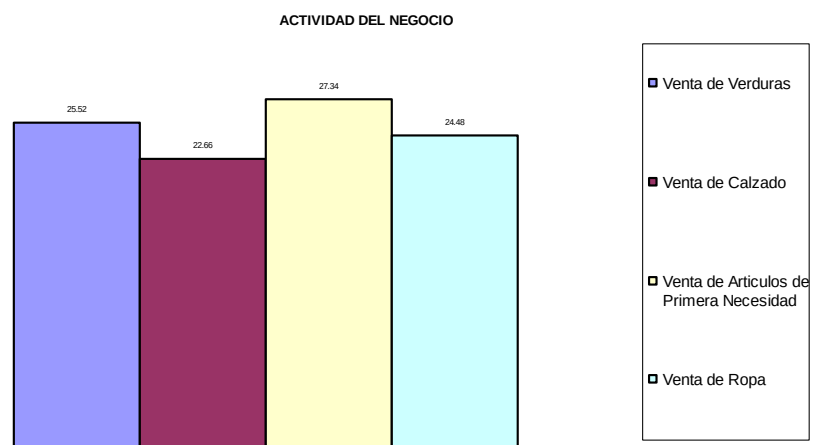
El 54.16% de las personas desarrollan en el sector informal en El Salvador únicamente han realizados estudios hasta el 6° grado, razón por la cual se les dificulta la comprensión de la Dolarización y por ende de la Ley de Integración Monetaria.

Actividad del Negocio

Objetivo:

Conocer cual es el área de venta de mayor producción dentro de la economía informal en el área metropolitana de San Salvador.

ALTERNATIVAS	F	%
Venta de Verduras	98	25.52
Venta de Calzado	87	22.66
Venta de Art. De Primera Necesidad	105	27.34
Venta de Ropa	94	24.48
Total	384	100



Hallazgo:

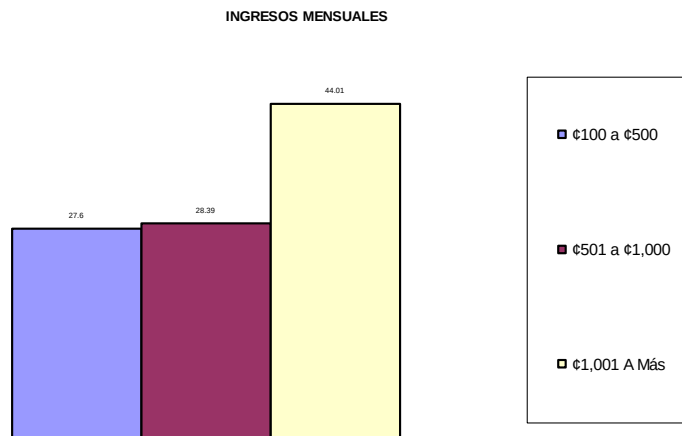
La venta de artículos de primera necesidad y verduras, mostraron ser los rubros económicos más preponderante dentro de este sector.

Ingresos Mensuales

Objetivo:

Establecer el ingreso económico promedio dentro del sector informal en El Salvador.

ALTERNATIVAS	F	%
¢100 a ¢500	106	27.6
¢501 a ¢1,000	109	28.39
¢1,001 a más	169	44.01
Total	384	100



Hallazgo:

El 56% de la población que labora en el sector en estudio tiene ingresos mensuales menores a los ¢1,000.00

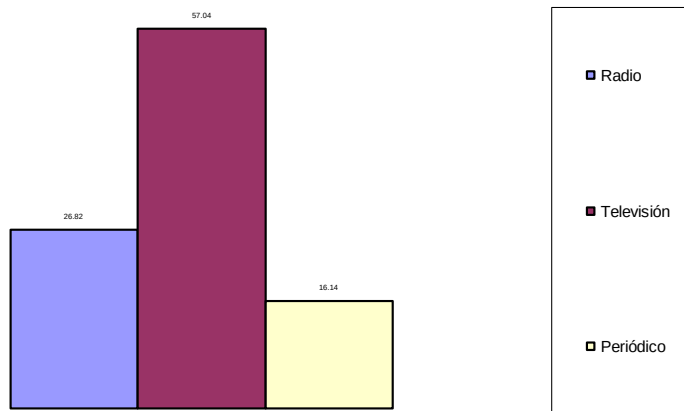
Pregunta 1

¿Cuál es el medio de comunicación de su preferencia?

Objetivo:

Establecer el medio de comunicación social con mayor aceptación por la población en estudio.

ALTERNATIVAS	F	%
Radio	103	26.82
Televisión	219	57.04
Periódico	62	16.14
Total	384	100



Hallazgo:

Por la variedad de información que proporciona la televisión, se estableció como el medio de mayor predilección entre los sujetos de estudio obteniendo un 57.04%, duplicando a la radio en preferencia.

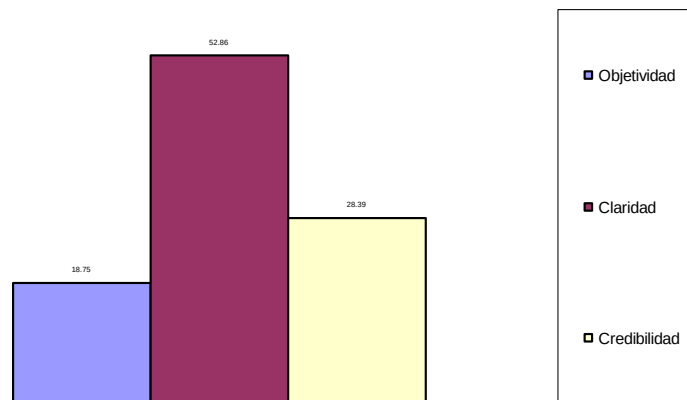
Pregunta 2

¿Por qué prefiere este medio de comunicación?

Objetivo:

Definir las razones primordiales por la cual la población del sector informal prefiere un medio de comunicación determinado.

ALTERNATIVAS	F	%
Objetividad	72	18.75
Claridad	203	52.86
Credibilidad	109	28.39
Total	384	100



Hallazgo:

La población del sector informal define la claridad como uno de los factores más atractivos de los medios de comunicación social y como segunda alternativa su credibilidad.

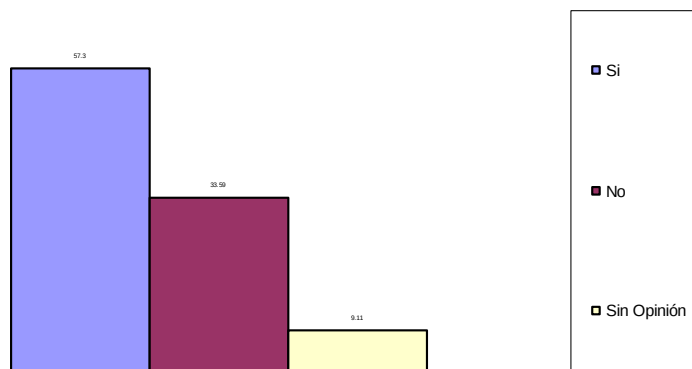
Pregunta 3

¿Considera usted que el medio de comunicación de su preferencia ejerce influencia en la opinión pública?

Objetivo:

Establecer el grado de conocimiento por parte de la población en estudio sobre la influencia que los medios de comunicación social ejercen en su opinión personal.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	220	57.3
No	129	33.59
Sin Opinión	35	9.11
Total	384	100



Hallazgo:

El 57.30% de la población considera haber sido influenciada a través de los medios de comunicación social para la aceptación de la dolarización en el país.

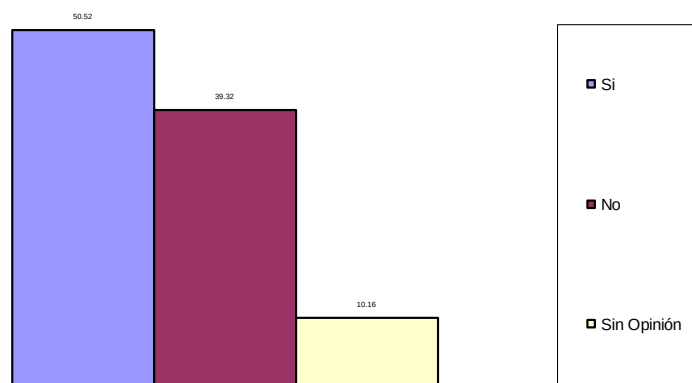
Pregunta 4

¿Sabe usted qué es la Dolarización?

Objetivo:

Establecer el grado de conocimiento que poseen las personas del sector informal en relación a la dolarización.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	194	50.52
No	151	39.32
Sin Opinión	39	10.16
Total	384	100



Hallazgo:

La mayor parte del sector informal en la zona metropolitana de San Salvador, tenían conocimiento sobre la dolarización.

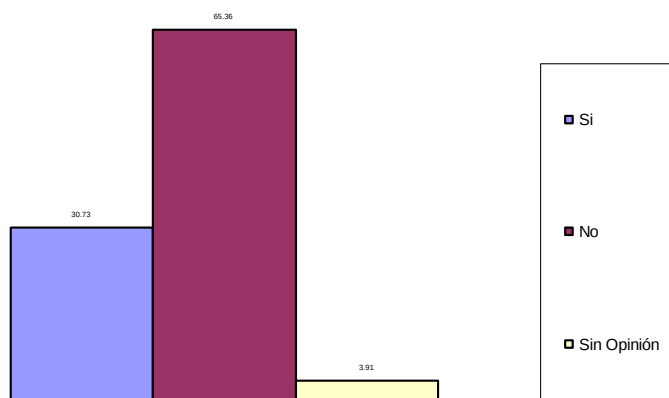
Pregunta 5

¿Conoce usted sobre la Integración Monetaria?

Objetivo:

Determinar el nivel de conocimiento poseído por los sujetos en estudio sobre la Integración Monetaria en El Salvador.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	118	30.73
No	251	65.36
Sin Opinión	15	3.91
Total	384	100



Hallazgo:

El 34.64% de los sujetos en estudio no poseían un conocimiento claro sobre lo que es la Integración Monetaria.

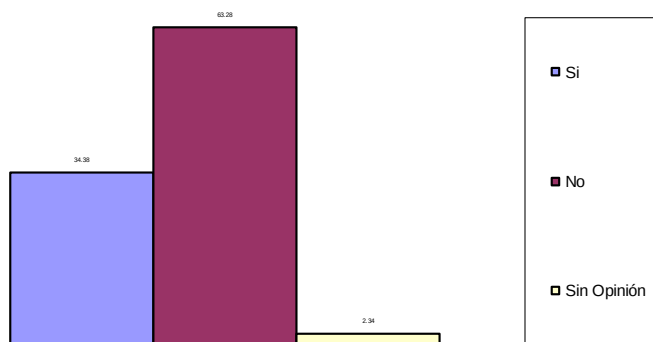
Pregunta 6

¿Está usted de acuerdo con el uso de dos monedas en el país?

Objetivo:

Indicar el grado de aceptación por parte del sector económico informal por el uso de dos monedas diferentes en el país.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	132	38.38
No	243	63.28
Sin Opinión	9	2.34
Total	384	100



Hallazgo:

La mayor parte de las personas que se encuentran el sector económico informal, mostraron no estar de acuerdo con el bimonetarismo.

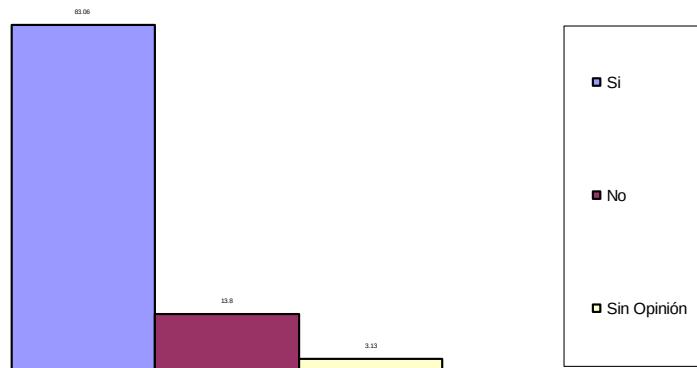
Pregunta 7

¿Considera que la circulación de dos monedas debió haberse consultado con los diferentes sectores del país?

Objetivo:

Conocer la opinión que tiene el sector informal sobre el hecho de ser tomados en cuenta como sector económico fundamental en este tipo de decisiones.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	319	83.07
No	53	13.8
Sin Opinión	12	3.13
Total	384	100



Hallazgo:

La población del sector informal consideró necesario y fundamental la oportunidad de ser tenidos en cuenta en la toma de decisiones para situaciones de índole trascendental como lo es la economía del país.

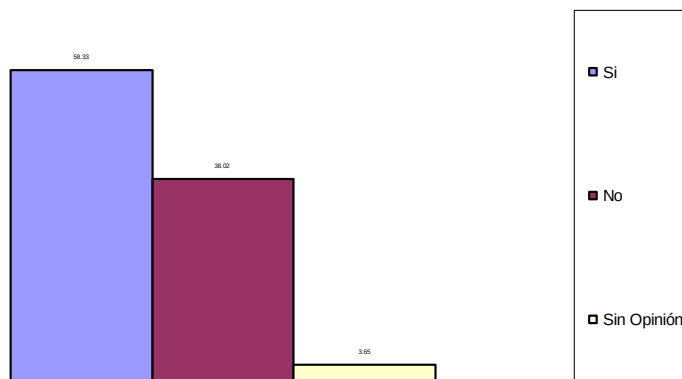
Pregunta 8

¿Conocía con anterioridad los dólares?

Objetivo:

Determinar el grado de conocimiento que se tenía con anterioridad sobre los dólares.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	224	58.33
No	146	38.02
Sin Opinión	14	3.65
Total	384	100



Hallazgo:

Solamente el 41.67% de los encuestados no conocían con anticipación los dólares.

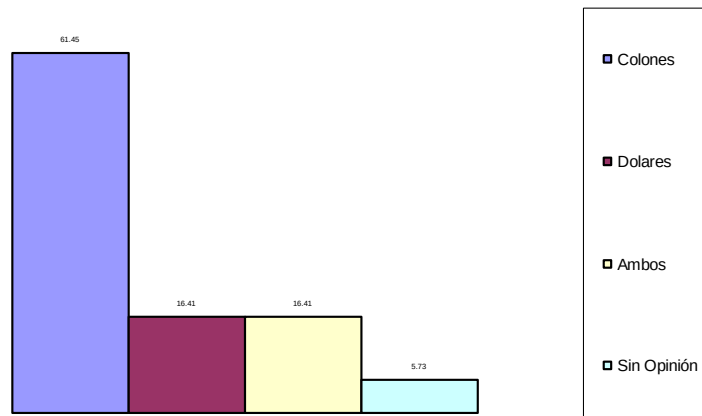
Pregunta 9

¿Qué moneda prefiere utilizar?

Objetivo:

Conocer la moneda de preferencia en el uso cotidiano dentro del sector informal.

ALTERNATIVAS	F	%
Colones	236	61.45
Dólares	63	16.41
Ambos	63	16.41
Sin Opinión	22	5.73
Total	384	100



Hallazgo:

El colón mostró tener la hegemonía económica dentro de la población del sector informal.

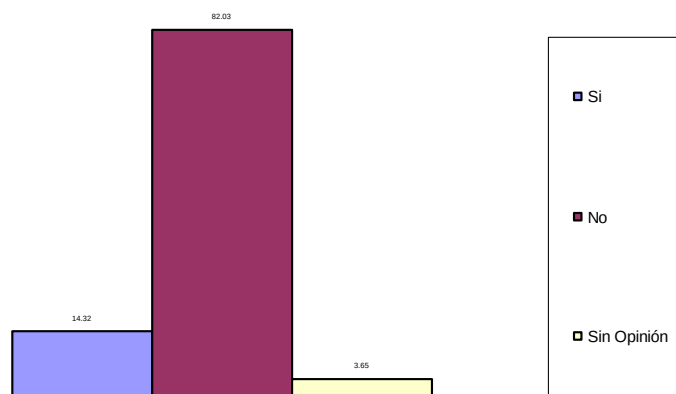
Pregunta 10

¿Está de acuerdo con que desaparezca el colón?

Objetivo:

Conocer la opinión de las personas sobre la posibilidad de que el colón desaparezca.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	55	14.32
No	315	82.03
Sin Opinión	14	3.65
Total	384	100



Hallazgo:

El sector informal no está de acuerdo con la posibilidad que el colón desaparezca y sólo quede el dólar como moneda de circulación nacional.

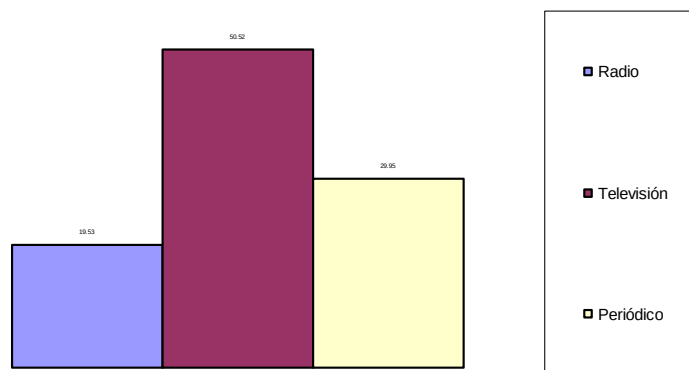
Pregunta 11

¿Por qué medio de comunicación se enteró sobre la dolarización?

Objetivo:

Conocer el medio de comunicación social por el cual el sector informal obtuvo la información sobre la dolarización.

ALTERNATIVAS	F	%
Radio	75	19.53
Televisión	194	50.52
Periódico	115	29.95
Total	384	100



Hallazgo:

La Televisión fue el medio de comunicación el cual la población en estudio, consideró les proporcionó la mayor información sobre el tema a diferencia de la radio de la cual solamente el 19.53% fue informado a través de este medio.

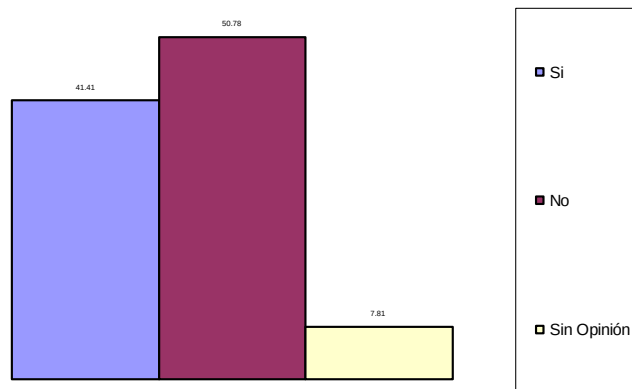
Pregunta 12

¿Considera usted que la información recibida ha sido la necesaria?

Objetivo:

Establecer el nivel de información proporcionada por los medios de comunicación social, sobre el tema de la dolarización.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	159	41.41
No	195	50.78
Sin Opinión	30	7.81
Total	384	100



Hallazgo:

La información recibida y asimilada por el sector informal de manera directa establece que el 50.78% obtuvo la información necesaria a través de los medios de comunicación; sin embargo, el 41.41% la información fue recibida de forma indirecta (conversaciones directas e indirectas).

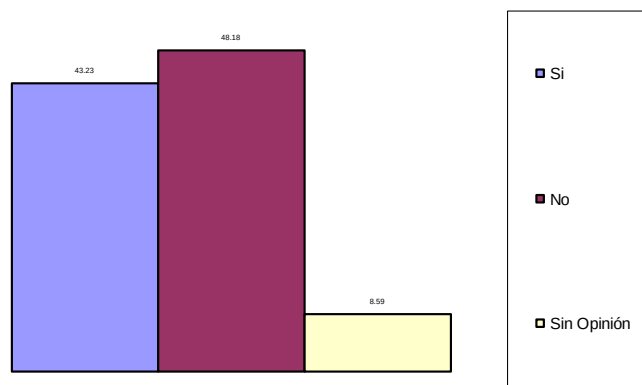
Pregunta 13

¿Considera que los medios de comunicación están informando de manera imparcial sobre la dolarización?

Objetivo:

Determinar lo que el sector informal opina sobre la imparcialidad de los medios de comunicación al momento de informar sobre la dolarización.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	166	43.23
No	185	48.18
Sin Opinión	33	8.59
Total	384	100



Hallazgo:

Entre los sujetos en estudio existe un margen de diferenciación de sólo el 4.95% con respecto al grado de parcialidad e imparcialidad mostrada por los medios de comunicación al momento de presentar la información sobre la dolarización.

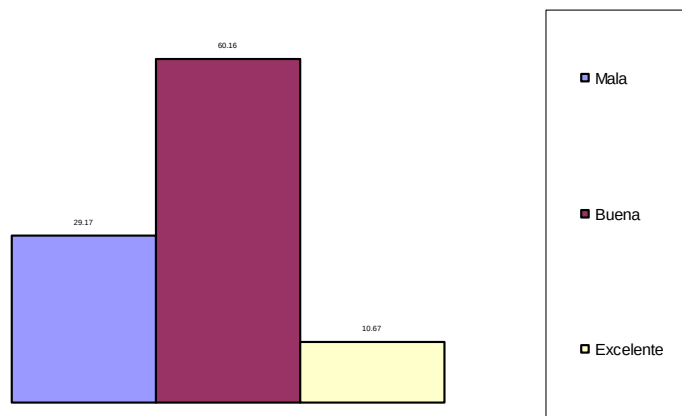
Pregunta 14

¿Cómo evalúa el papel de los medios de comunicación sobre la información proporcionada sobre la dolarización en el país?

Objetivo:

Calificar a los medios de comunicación sobre el desarrollo de su papel de informar y educar a la población sobre la dolarización en el país.

ALTERNATIVAS	F	%
Mala	112	29.17
Buena	231	60.16
Excelente	41	10.67
Total	384	100



Hallazgo:

De la población en estudio únicamente el 10.67% consideró el papel de los medios de comunicación como excelente; a diferencia de un 29.17% que lo consideró como malo.

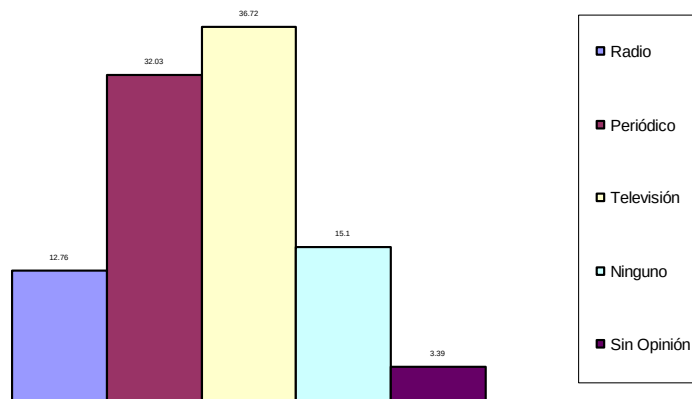
Pregunta 15

¿Qué medio de comunicación considera usted que le informó mejor sobre la dolarización?

Objetivo:

Establecer la perspectiva de los sujetos de estudio con relación a la información recibida por los diferentes medios de comunicación.

ALTERNATIVAS	F	%
Radio	49	12.76
Periódico	123	32.03
Televisión	141	36.72
Ninguno	58	15.1
Sin Opinión	13	3.39
Total	384	100



Hallazgo:

La televisión tuvo un papel protagónico mayor a los medios de prensa y radio respectivamente, ya que la radio únicamente obtuvo un respaldo del 12.76%; un porcentaje mínimo con relación a los otros dos medios de comunicación.

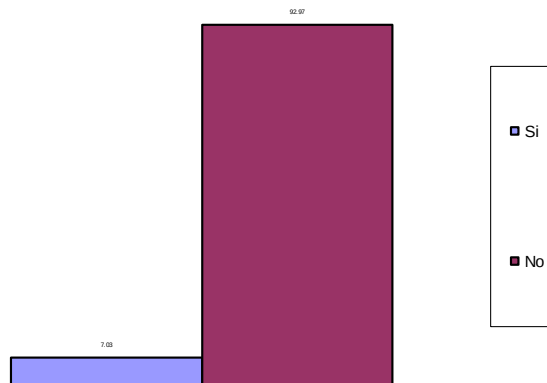
Pregunta 16

¿Considera que la dolarización le ha beneficiado?

Objetivo:

Determinar el efecto que el sector económico informal considera le produjo la implantación de la dolarización.

ALTERNATIVAS	F	%
Si	27	7.03
No	357	92.97
Total	384	100



Hallazgo:

El 92.97% de la población del sector informal consideró que la implantación de la dolarización les afectó circunstancialmente en sus ingresos económicos.

Pregunta 17

¿Qué sugerencia daría a los medios de comunicación para que realicen adecuadamente su papel de informar sobre la dolarización?

Objetivo:

Conocer las diferentes opiniones y sugerencias de los sujetos de estudio para con los medios de comunicación.

Hallazgo:

Entre las diferentes sugerencias proporcionadas por los sujetos de estudio se encontraron 3 de mayor incidencia, las cuales las damos a conocer.

- Proporcionar mayor información sobre la dolarización.
- Explicar mas a fondo sobre los temas de dolarización y la Ley de Integración Monetaria y sus respectivas diferencias.
- Utilizar un lenguaje sencillo para su mayor comprensión.

2.11 Análisis Y Tabulación de Datos

2.11.1 Cedula de Entrevista



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE EL SALVADOR**

ESTUDIO DEL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL PROCESO DE LA DOLARIZACIÓN EN EL SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMÍA EN EL SALVADOR

1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?
2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?
 - Gobierno
 - Empresa Privada
 - Secretario del Tesoro de Estados Unidos
 - Banco Central de Reserva de El Salvador
 - Ministerio de Economía

3. ¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de Integración Monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?
4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?
5. En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el período de transmisión sobre el proceso de dolarización?
6. Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización
7. ¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

2.11.1.1 Entrevista a la Prensa

Entrevista 1

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ -Informaron a la población de la política

-Educamos en el uso de la nueva moneda

P2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

P3.¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ Sí

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

R/ Es un sector creciente que se adapta a las necesidades diarias, es importante crear una ley que los formalice.

P5. En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el periodo de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ Nunca se hizo un sondeo oficial sobre el tema.

P6.Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización

R/ Está explicado en la pregunta 1.

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ El compromiso de los medios es informar y entretener al público.⁴¹

Entrevista 2

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ Por lo sorpresivo de la implementación de la medida económica no quedo otra alternativa de indicarle a la población el cambio, la diferencia entre un dólar y u colón

⁴¹ Elías Valencia, Periódico Co-Latino,2001

P2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

P3. ¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ Claro que si, rápidamente se informo sobre los beneficios, los daños que podrán causar en la sociedad.

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

R/ Es necesaria para que las personas de escasos recursos sobrevivan a parte de trabajar hay que ingeniárselas para subsistir.

P5. En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el período de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ El impacto fue grande tanto así que ya se acepto la moneda americana.

P6.Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización

R/ El papel que se jugo fue el de informar a cada momento en valor de la moneda americana y también fiscalizar que los productos no aumentaran de precio. Se supone que la dolarización no implica alto costo de la vida.

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ Los medio de comunicación están comprometidos con toda la sociedad sin discriminación.⁴²

⁴² Juan Bosco, Diario de Hoy, 2001

2.11.1.1.1 Análisis de Entrevista a la Prensa

PREGUNTA 1

El medio escrito en El Salvador únicamente se limitó a informar sobre el uso y cambio de moneda entre el dólar y el colón, sin ir más allá en su papel de educar a la población sobre el tema de la dolarización y la Ley de Integración Monetaria.

PREGUNTA 2

El Gobierno, la Empresa Privada y el Banco Central de Reserva fueron las fuentes primarias que utilizó este medio en la obtención de la información sobre la dolarización.

PREGUNTA 3

La prensa en El Salvador consideró haber informado adecuadamente sobre la aprobación, aplicación y divulgación de la Ley de Integración Monetaria ya que informó de los beneficios y los daños de esta.

PREGUNTA 4

El sector informal es considerado por la prensa como un sector creciente el cual permite a la población de escasos recursos sobrevivir económicamente a la vez que opina que es necesario la creación de leyes que controlen a este sector.

PREGUNTA 5

El periódico Co-Latino no realizó un sondeo oficial que le permitiera evaluar el impacto que el medio escrito tuvo en el período de la dolarización.

Sin embargo El Diario de Hoy considera que el impacto de los medios se vio reflejado en el momento en que los salvadoreños aceptaron la moneda americana.

PREGUNTA 6

El papel protagónico que la prensa escrita jugó en El Salvador fue únicamente el de informar sobre la conversión monetaria.

PREGUNTA 7

La prensa escrita como medio de comunicación masivo considera estar comprometido a informar y entretener a todos los sectores del país sin distinción alguna.

2.11.1.2 Entrevista a la Radio

Entrevista 3

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ Realmente el papel que jugaron fue muy calmado, no se movilizaron mucho, no brindaron suficiente información con respecto a la nueva moneda.

P2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

P3.¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ No

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

R/ Que se ve afectada por la dolarización ya que en muchas personas no conocen mucho sobre este tema.

P5.En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el período de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ No fue tan importante ya que no se enfocaron demasiado en el tema con respecto a la dolarización.

P6.Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización

R/ ¿Cuál medio específicamente?

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ Sí, tienen que ver con respecto a informar a la población sobre los acontecimientos que suceden.⁴³

Entrevista 4

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ Un papel pasivo porque ha pesar de informar ningún medio concientizo ni de los contra ni de los beneficios de la dolarización.

P2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno

⁴³ Aura Penélope, Y.S.UCA, 2001

- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

P3.¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de Integración Monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ No.

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

R/ No esta organizada, los organismos o gremiales no beneficia a todo el sector como tal y el gobierno no cuenta con una política adecuada al sector.

P5.En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el periodo de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ No existe ningún impacto porque no existió un periodismo investigativo, ni funcionaron los medio alternativos.

P6.Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización.

R/ No se entiende...

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ Sí, pero no solamente con sector sino con todos los grupos sociales.⁴⁴

2.11.1.2.1 Análisis de Entrevista a la Radio

PREGUNTA 1

La radio consideró no haber realizado un papel protagónico dentro del proceso de dolarización en El Salvador debido a que no se brindó una información adecuada sobre el cambio de moneda.

PREGUNTA 2

La poca información que la radio proporcionó sobre la dolarización fue obtenida por medio de El Gobierno de El Salvador y la Empresa Privada.

PREGUNTA 3

El medio de comunicación radiofónico dice no haber transmitido la información adecuada sobre la Ley de Integración Monetaria a pesar de haber sido este un tema de relevancia nacional.

PREGUNTA 4

La radio opina que el sector informal es un grupo no organizado el cuál no obtiene beneficios de otros sectores económicos del país mucho menos por el Gobierno.

Además que con la implantación de la dolarización este sector es el que muestra ser el más afectado por el poco conocimiento que tienen sobre el tema.

⁴⁴ Julio Enrique Salguero, Radio Cadena Central, 2001

PREGUNTA 5

La opinión emitida por la radio, en cuanto al impacto que como medio de comunicación tuvieron durante el período de transmisión sobre la dolarización; consideraron no haber tenido protagonismo ya que no realizaron un periodismo investigativo que les permitieran proporcionar una completa información.

PREGUNTA 6

La radio no supo proporcionar una descripción sobre el papel que desempeñaron durante el proceso de la dolarización.

PREGUNTA 7

Como medio de comunicación masivo la radio consideró tener un compromiso con toda la población salvadoreña en cuanto a informar sobre los acontecimientos ocurridos en ese momento.

2.11.1.3 Entrevista a la Televisión

Entrevista 5

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ Los medios de comunicación se encargaron de divulgar objetivamente que significaba el cambio, diferenciar el concepto de dolarización y cambio fijo, como funcionaria el mercado y que pasaría con la economía del país y el valor de la moneda nacional.

P2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

P3. ¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ Sí, consideramos que respondimos a las exigencias de la población llevando en nuestras notas las opiniones de todos los sectores de la sociedad y entrevista para ahondar en el tema.

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en el salvador?

R/ Creo que es un sector muy importante que necesita ser ordenado y que necesita más espacio para evita la piratería o competencia desleal con los que si pagan sus impuestos y sus derechos de ventas.

P5. En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el periodo de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ Fue muy importante no intimidar a las personas sobre lo que sería la dolarización. Lo primero era presentarles la información sin ningún tinte político y lo segundo que la población entendiera que el colón no perdería el valor para evitar el mal juego de los especuladores.

P6.Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización.

R/ El papel protagónico fue tener entrevistas dedicadas al tema para despejar cualquier duda de la población así como denunciar a los sectores que cometían errores en el cambio de colones a dólares o viceversa.

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ Es un compromiso compartido, de nada sirve que informemos de lo que esta bien o mal sino existen aplicadores rígidos de la ley y oportunidades de trabajo con incentivos para estas personas. ⁴⁵

Entrevista 6

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ Un papel de informadores tanto de la posición como del gobierno como de las otras fuerzas políticas, así como el de sentir y decir del pueblo.

Hay que tener en claro que el medio no debe ni tiene que orientar la información con un fin determinado debe únicamente trasladar los acontecimientos de modo que las personas formen su propia opinión.

P2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

⁴⁵ Ángela Escobar, Canal 2, 2001

P3.¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ Sí, pues en los sondeos generales se tomo la impresión no solo de gobierno, políticos o empresarios sino también de la gente que expuso sus dudas, desacuerdos o conformidad con el proceso.

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

R/ Es aquel sector del comercio que no tiene la organización ni controles propios de una empresa pero que juegan un papel muy importante en la economía de nuestro país.

P5. En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el periodo de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ Fueron determinantes que cuanto que trasladaron al pueblo todo el proceso e informando sobre la manera de hacer más fácil el manejo de la dolarización, también los medios ayudan a que la gente asimile con más facilidad el cambio a la dolarización.

P6.Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al

informar a la población sobre el proceso de dolarización

R/ Fue el mismo de los otros medios, dando a conocer todos los puntos de vista e informando la mecánica de cambio.

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ Este compromiso es con todos los sectores, por lo que en la información se trata de abarcar todo tipo de cultura, de modo que el mensaje sea comprendido por cualquier persona. ⁴⁶

Entrevista 7

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ Además de jugar el papel de comunicador como lo es su palabra, sirvió para informar y divulgar los nuevos cambios también sirvieron para fiscalizar el abuso de los comerciantes a la hora de convertir la moneda.

P2. ¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos

- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

P3. ¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ Sí, solo se limitó a trasladar lo que ya estaba redactado en una ley.

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

R/ Complejos y problemas como el acceso créditos y el elevado numero de personas de este sector complican.

P5. En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el periodo de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ Muy bueno y es que por ser una novedad todo mundo quería saber de ella por afectar directamente su bolsillo.

P6. Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización.

⁴⁶ Mario Martínez, Canal 4, 2001

R/ Presentar los involucrados directamente con el tema, realizar paneles con los creadores de la ley.

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ Sí es uno de los sectores que influye directamente en la economía aunque es un compromiso indirecto.⁴⁷

Entrevista 8

P1. ¿Cual es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

R/ Los medios de comunicación jugaron y siguen jugando un papel informativo y de orientación hacia las población con respecto a la dolarización como enfrentar el cambio de moneda.

P2. ¿Por medio de quien recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía

P3.¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

R/ Sí, claro siempre que presentamos una información tratamos de llevar los entes involucrados para ampliar y especificar el tema de la dolarización.

P4. ¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

R/ Con respecto a la dolarización todo sector ya sea formal e informal así como la ciudadanía en general poco a poco se va a integrar y acostumbrar a la nueva moneda.

P5.En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el periodo de transmisión sobre el proceso de dolarización?

R/ Como una única alternativa para informarse y aclarar sus dudas ante la aplicación de la ley monetaria los medios desempeñaron un papel oportuno y orientador ante tal situación.

P6.Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización

⁴⁷ Julio Rank, Canal 6, 2001

R/ De orientación oportuna, se trató y pudo asegurar que se logro brindar toda la información adecuada y necesaria para que la población pudiera enfrentar el uso de la nueva moneda.

P7.¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

R/ Como medio de comunicación estamos comprometidos con todos los sectores de nuestro país, en cuanto al sector informal siempre se les da un espacio y se trata de satisfacer sus necesidades de comunicación para que puedan exponer sus problemas.⁴⁸

2.11.1.3.1 Análisis de Entrevista a la Televisión

PREGUNTA 1

Los canales 2 ,4, 6, y TCS (Tele-Corporación Salvadoreña) consideraron haber cumplido con el papel de informar y educar sobre los temas de la dolarización y la Integración Monetaria.

Desarrollando campañas divulgativas sobre la Ley, los cambios y funcionamientos de la nueva moneda (Dólar), así como el de presentar ante el público la posición del gobierno, sectores políticos como la opinión del pueblo en general.

Todo esto con la finalidad de informar y educar adecuadamente para que las personas puedan crearse su propia opinión.

PREGUNTA 2

Las fuentes primarias que proporcionaron la información a la televisión sobre la dolarización para que esta fuera transmitida a la población salvadoreña fue dada por el Gobierno y la Empresa Privada.

⁴⁸ Moisés Urbina, TCS (Tele-Corporación Salvadoreña), 2001

PREGUNTA 3

El medio de comunicación televisivo estima haber respondido adecuadamente a las exigencias de informar y educar integralmente a la sociedad sobre el tema de la Ley de Integración Monetaria.

Debido a que proporcionaron información básica y sustancial sobre este tema, con la finalidad de aclarar las dudas que la población en El Salvador tuviesen sobre este tema.

Apoyándose en herramientas básicas como lo fueron entrevistas, programas de opinión y noticias en general.

PREGUNTA 4

El sector informal económico es clasificado por la televisión como un sector comercial que necesita de organización que les permita un mayor espacio para su desarrollo, brindándoles así acceso a créditos como cualquier empresa en El Salvador, ya que es un grupo económicamente potencial para el país.

PREGUNTA 5

El protagonismo mostrado por la televisión salvadoreña dentro del proceso de dolarización fue determinante y oportuno ya que transmitieron la información de una manera integral a todo el país.

Con la finalidad de facilitarle al salvadoreño el manejo y las implicaciones que tendrían la aplicación de la dolarización y la entrada en vigencia de la Ley de Integración monetaria, ya que este era un tema de interés nacional.

PREGUNTA 6

Para la televisión su papel protagónico fue el de llevar a cabo programas y mensajes que le permitieran al público despejar dudas sobre las implicaciones que conllevaba la implantación de la dolarización en el país.

PREGUNTA 7

Como medio de comunicación masivo la televisión, esta comprometida a informar, educar y entretener a todos el país en general.

Por los que buscan dar el mensaje de una manera clara y sencilla que permita ser comprendido y asimilada por cualquier persona.

2.11.2 Análisis General de la Entrevista a los Medios

PREGUNTA 1:

¿Cuál es el papel que jugaron los medios de comunicación social en El Salvador en el inicio del proceso de dolarización?

ANÁLISIS:

El papel desarrollado por los Medios de Comunicación Masivos (Prensa, Radio y Televisión) dentro del período del proceso de la Dolarización existió una marcada diferencia, en cuanto a la ejecución de sus roles principales como lo es el de informar y educar sobre una tema de interés público.

La diferencia más clara existió entre el Medio Televisivo y radiofónico, debido a que la televisión proporcionó una información clara y completa a la vez que busco educar a la población salvadoreña sobre la Dolarización.

A diferencia de la radio quien considero no haber brindado ninguna información sobre el tema.

En cuanto a la prensa únicamente se limitó a informar sobre el cambio de moneda y su respectiva conversión sin tener una mayor profundidad en el tema.

PREGUNTA 2:

¿Por medio de quién recibieron la información sobre la dolarización en El Salvador?

- Gobierno
- Empresa Privada
- Secretario del Tesoro de Estados Unidos
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Ministerio de Economía.

ANÁLISIS:

El Gobierno de El Salvador, fue fuente principal que los medios de Comunicación tuvieron para la divulgación de la Dolarización y la puesta en marcha de la Ley de Integración Monetaria en el país.

Así mismo, la Empresa Privada (ANEP, ASDER y ASI) también contribuyeron con los medios de comunicación proporcionándoles información sobre la Dolarización

Sin embargo, el Ministerio de Economía no brindó mayores detalles a los medios sobre dicho tema, el cual es de suma importancia para la economía de la nación.

PREGUNTA 3:

¿Considera que la información presentada por ustedes, sobre la aprobación, aplicación y vigencia de la ley de integración monetaria, fue transmitida adecuadamente para los diferentes sectores de la economía del país?

ANÁLISIS:

Dentro de la investigación de si los Medio de Comunicación cumplieron con su papel de informar, los resultados obtenidos en la entrevista mostraron que el medio radiofónico considera que no realizó una adecuada divulgación de la información.

En cuanto a la Prensa, algunos opinaron que únicamente presentaron lo ya escrito en la Ley de Integración Monetaria e informaron sobre el cambio entre colones y dólares.

Sin embargo; el medio televisivo considera que informó y educó a la población en general tanto a políticos, empresa privada como a personas particulares y otros sectores, sobre la Dolarización.

PREGUNTA 4:

¿Qué opina sobre el sector informal de la economía en El Salvador?

ANÁLISIS:

Algunos consideran que es una fuente de sobrevivencia para aquellas personas que no encuentran un ingreso fijo en su economía y que es un sector

que se adapta a los cambios aún y cuando encuentran problemas de crédito y en sus perspectivas de superación.

Además, opinan que es necesaria la creación de leyes que controlen a este sector debido a que no cuentan con el apoyo del gobierno ni de ninguna otra entidad.

PREGUNTA 5:

En su opinión ¿cual es el impacto que los medios de comunicación tuvieron en la población salvadoreña durante el periodo de transmisión sobre el proceso de dolarización?

ANÁLISIS:

Los medios de comunicación procuraron dar la información de forma tan clara como fuese posible, para que todo aquel que la recibiera la comprendiera con facilidad, aún cuando éste no tuviera mayor preparación.

Los Medios Televisivos se esforzaron por educar a la población salvadoreña sobre la Dolarización y la Ley de Integración Monetaria a los diferentes sectores del país en cuanto al cambio de moneda y la aplicación de la ley.

Sin embargo; la prensa únicamente se encargó informar sobre la convertibilidad de dólares a colones sin tener mayor impacto según lo consideraron ellos mismos.

Por otra parte la Radio aceptó que no realizó un periodismo investigativo sobre el tema, por lo que no proporcionó mayor información a la población salvadoreña.

PREGUNTA 6:

Describa cual fue el papel protagónico de este medio de comunicación al informar a la población sobre el proceso de dolarización.

ANÁLISIS:

La Radio indicó no ser un medio protagónico en cuanto a la educación y orientación de la población salvadoreña en el proceso de Dolarización y la puesta en marcha de la Ley de Integración Monetaria.

Al aceptar que su trabajo de informa y educar no lo desempeño como debía haber sido en relación a un tema de interés nacional.

Debido, a que no profundizó e investigó la información lo necesario, como para transmitirla al público de manera eficaz y eficiente. Sin embargo; la Prensa y la Televisión, orientaron a la población de tal forma que pudiesen enfrentar el cambio monetario de una manera fácil y rápida.

Todo esto a través de sondeos, panel forum, entrevistas con especialistas en el campo financiero, reportajes, así mismo la prensa proporcionó la tabla de conversión para la familiarización y aceptación del dólar como moneda de libre circulación en el mercado nacional.

PREGUNTA 7:

¿Considera que los medios de comunicación tienen un compromiso con el sector informal de la economía, en el aspecto de informar y educar?

ANÁLISIS:

Los Medios de Comunicación Social tienen la obligación de entretener, educar e Informar a toda la población salvadoreña.

No sólo con el sector informal, sino con toda la sociedad. Los medios no se dedicaron a un sector en específico, más bien el compromiso de informar y educar es con todo el núcleo social que conforman nuestro país.

CAPITULO III

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL IMPACTO DEL PROCESO DE LA INTEGRACIÓN MONETARIA EN EL SALVADOR, CASO ESPECIFICO: SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMÍA

3.1 Conclusiones

1. Los Medios de Comunicación Social (Radio, Prensa y televisión) no cumplieron con su papel de informar y educar integralmente a la población salvadoreña, esta fue una opinión generada por los mismos medios de comunicación a través de la entrevista realizada con ejecutivos de los diferentes medios de comunicación siendo esta, respaldada por la opinión de los miembros del sector informal de la zona metropolitana de San Salvador, mediante las preguntas 12 y 14 del cuestionario utilizado en la investigación de campo contribuyendo así a la comprobación de la hipótesis general nula.

2. Los medios de Comunicación Social no realizaron un trabajo equilibrado en cuanto al tema de la Dolarización; la aprobación, aplicación y vigencia de la Ley de Integración Monetaria y los eventos naturales (terremotos) ocurridos el 13 de enero y 13 de febrero del año 2001.

Debido a que los Medios Masivos de Comunicación desviaron la atención de la información únicamente hacia los terremotos, haciendo a un lado el seguimiento del tema de la Dolarización y la Ley de Integración Monetaria.

3. Dentro de la investigación sobre el papel de los Medios de Comunicación Social en el proceso de la Integración Monetaria, específicamente en el sector informal económico en El Salvador, la radio fue el medio que mostró menor cobertura en la información sobre dicho tema, a pesar que es el medio que tiene la mayor facilidad de llegar a los diferentes sectores del país, ya que no tiene límites de espacio ni de tiempo.

Por lo que este medio se vio en desventaja de audiencia, en relación a la información de la Dolarización y la Ley de Integración Monetaria; al no cumplir con su papel de educar e informar a la población sobre un tema de relevancia nacional.

4. La Televisión es el medio de comunicación social que durante el proceso de formación, aplicación y vigencia de la Ley de Integración Monetaria y la Dolarización mostró un papel protagónico en cuanto a la información proporcionada a los diferentes sectores del país, por medio de una cobertura informativa apoyándose en sus ventajas audiovisuales (color, imagen y sonido) a diferencia de los medios escritos y radiales.
5. En el desarrollo de la investigación se concluyó que el Sector Económico Informal en El Salvador, aún no está claramente definido por lo variable de sus ingresos como sector informal o como microempresa, todo esto debido a que dentro del sector económico informal se desarrollan negocios con capitales de microempresarios pero que a la vez no están legalizados por lo que no declaran impuestos.
6. Los Medios de Comunicación Social en El Salvador, reflejaron un hermetismo, al solicitarles la colaboración en el desarrollo de la presente investigación, específicamente de los directores de noticias que laboran en los diferentes medios. Esto refleja que los Medios de Comunicación Social no son abiertos a la población y responden a intereses socioeconómicos.

7. Las personas que se desempeñan dentro de los medios de comunicación, algunos de ellos no desarrollan un periodismo investigativo por lo que la información que estos proporcionan es mediocre y obsoleta.
8. Las personas del Sector Informal, mostraron inconformidad ante el trabajo informativo realizados por los medios con relación a la Dolarización y la Integración Monetaria; ya que consideraron no haber sido tomados en cuenta.

Debido, a que no se les proporcionó una información clara y sencilla en cuanto al mensaje que los medios quisieron transmitir, todo esto como consecuencia de la falta de educación que algunos de este sector tienen y no se les facilitó la comprensión del tema en su totalidad

3.2 Recomendaciones

1. Es importante que los medios de comunicación social, tenga conocimiento de la importancia de la información y la educación sobre temas de relevancia nacional, para que puedan realizar con excelencia su papel para lo cual han sido creados siendo estos el de informar objetivamente, educar y entretener.

2. Los Medios de Comunicación en El Salvador, deben proporcionar la información de una manera clara y con un lenguaje sencillo para una mayor comprensión y asimilación para los diferentes sectores sociales, económicos y políticos que componen a El Salvador.
3. Los Medios de Comunicación tienen la obligación profesional, ética y moral de proporcionar información cuando está le sea solicitada por la población ya que esta es su razón de ser.
4. Es responsabilidad de los medios poner en práctica la objetividad a la hora de transmitir una información y no ser amarillistas solo con el objetivo de obtener mayor reating.
5. Es necesario que en El Salvador los noticieros realicen un trabajo profesional como lo es el de dar una información veraz y transparente sobre las noticias, haciendo a un lado el amarillismo con el que actualmente se desarrolla el periodismo salvadoreño.
6. Se recomienda que los medios de comunicación social desarrollen un periodismo investigativo, ya que esta es un área muy poco aplicada en El Salvador pero de mucha utilidad en el campo de la información.

7. Los Programas de Opinión, deben enfocarse más a la información y educación poniendo en segundo plano los programas de confrontación como los que en la actualidad se desarrollan.

8. Los Medios de Comunicación deben dar un seguimiento completo sobre temas de interés público, como lo es el caso de la Dolarización y la Ley de Integración Monetaria los cuales son temas de una amplia cobertura y que algunos medios no han sabido darle la cobertura que estos necesitan.

Esto sin perder de vista otros temas de interés y sin dejar de ser objetivos, claros y sencillo en su lenguaje a la hora de transmitir la información.

Glosario

1. ACCIONISTA: Dueño de acciones en una compañía.
2. ALTERNO: Alternativo.
3. ANTRACITA: Carbón fósil poco butiminoso, que tiene un poder calorífico muy elevado
4. APOYO: Fundamento de una opinión.
5. APROBAR: Dar por bueno.
6. BURSÁTIL: Concerniente a la bolsa comercial.
7. CODIFICACIÓN: Traduce lo que quiere comunicar de acuerdo al receptor y el código escogido.
8. CÓDIGO: Sistema comunicativo de reglas que permite el entendimiento del mensaje al momento de ser expresado, éste se vale de símbolos, gestos, claves, sonidos comunes entre el emisor y su receptor.
9. COLÓN: Unidad Monetaria de El Salvador y Costa Rica.
- 10.COMERCIAL: Perteneciente al comercio y a los comerciantes, que tienen fácil aceptación en el mercado que le es propio.
- 11.COMUNICACIÓN: Acción y efecto de comunicar.
- 12.CONCEJOS: Ayuntamiento, casa y corporación municipales.
- 13.COOPERATIVA: Sociedad formada por productores o consumidores para vender o comprar en común, sin intermediarios.
- 14.CULTURA: Desarrollo intelectual o artístico.

- 15.DECODIFICACIÓN: Traduce el mensaje recibido para la comprensión del mismo.
- 16.DECRETO: Resolución o de una autoridad sobre cualquier materia.
- 17.DELEGAR: Dar de una persona a otra, la jurisdicción que tiene por su dignidad u oficio.
- 18.DESARROLLO. Acción y efecto, aumentar la importancia.
- 19.DIARIO: Periódico que se publica todos los días.
- 20.DÓLAR: Moneda oficial de algunos países vinculados con la economía norteamericana.
- 21.ECONOMÍA: Administración ordenada y prudente de los bienes.
- 22.EMISOR: Una o varias personas que poseen información y desean comunicarla.
23. EMPRESA: Acción dificultosa que valerosamente se gobierna.
- 24.ESTADO: Condición de cada persona en relación con los derechos y obligaciones civiles.
- 25.EVOLUCIÓN: Desenvolverse los organismos o las cosas pasadas de un estado a otro.
- 26.FINANCIERA: Perteneciente a la hacienda pública o a las cuestiones bancarias u bursátiles.
- 27.FINANZAS: Conjunto de actividades económicas relacionadas con los negocios y la banca.
- 28.FORMACIÓN: Educación

29. GARANTÍA: Es una fianza que asegura y protege contra algún riesgo.
30. GOBIERNO: Acción y efecto de gobernar o gobernarse.
31. HEGEMÓNICO: Supremacía política, cultural, económico de un estado.
32. IMAGEN. Reproducción mental de un objeto a través de los sentidos.
33. IMPACTO: Efecto que produce en alguien o algo un suceso o acción.
34. INFLUENCIA: Poder, autoridad.
35. INFORMAL: Que no guarda las reglas prevenidas.
36. INNOVAR: Cambiar las cosas introduciendo novedades.
37. INTEGRAR: Formar las partes de un todo.
38. INTERFERENCIAS: En este proceso puede existir interferencias internas y externas. Las internas pueden deberse a que el emisor ha codificado mal el mensaje, a que el receptor no decodificara de la manera correcta. Las externas a algún ruido o algo interfiera en la comunicación.
39. INVERSIÓN: Empleo de capital en la producción general de bienes o en el aumento de las reservas de bienes productivos.
40. LEY: Regla y norma constante e invariable de las cosas
41. MENSAJE: Es el contenido. Para que la comunicación surta efecto, tiene que recurrir a las necesidades de la audiencia y a sus expectativas. La información en sí no tiene sentido si no se da el sentido apropiado.
42. MONETARIA: Relativo a la moneda.
43. MUNICIPAL: Relativo al municipio

44. NACIÓN: Grupo humano unido por vínculos especiales de homogeneidad cultural.
45. OPINIÓN. Juicio o parecer que se tiene de una cosa cuestionable, fama, reputación.
46. ORIGEN: Principio , motivo o causa moral de una cosa.
47. PAÍS: Nación, región, provincia o territorio
48. PODER: Situación de quien posee los medios de hacer alguna cosas, o de imponer una actuación determinada a otras personas.
49. POLÍTICA: Doctrina u opinión dentro de una compañía.
50. PROCEDIMIENTO: Método de ejecutar alguna cosa.
51. PROCESO: Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.
52. PRODUCTIVIDAD: Capacidad o grado de producción por unidad de trabajo.
53. PRODUCTO: Objeto resultante del trabajo ejercido sobre una primera materia.
54. PROGRESOS: Acción de ir hacia delante, perfeccionamiento.
55. PUBLICIDAD: Calidad o estado de público divulgación de noticias o asunto de carácter comercial para atraer posibles compradores.
56. PUBLICO: Conjunto de personas que concurren a determinado lugar para asistir a un espectáculo / perteneciente a un pueblo.

57. **RADIODIFUSIÓN:** Transmisión y difusión de programas radiados desde una emisora utilizando una frecuencia fijas y elevadas
58. **REALIMENTACIÓN:** Es el proceso de respuesta que permite una comunicación fluida y entendible.
59. **RECEPTOR:** Una o varias personas que reciben el mensaje enviado. Puede invertir el proceso y emitir otro mensaje como respuesta.
60. **RECURSOS:** Elementos de que una colectividad puede echar mano para acudir a una necesidad o llevar a cabo una empresa.
61. **SECTOR:** Cada una de las zonas en que se divide físicamente un lugar.
62. **SEGURO:** Libre y exento de todo daño o riesgo.
63. **SERVICIO:** Organización y personal destinado a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad.
64. **SOCIAL:** Relativo a las clases sociales
65. **SOCIEDAD:** Reunión mayor o menor de personas, familias, pueblos o naciones.
66. **TÉCNICA:** Conjunto de procedimientos de que se sirve una ciencia o arte.
67. **TECNOLOGÍA:** Conjunto de los conocimientos técnicos y científicos aplicados a la industria.
68. **TERREMOTO:** Movimiento vibratorio que se origina en el interior de la Tierra y que propaga en todas las direcciones en forma de ondas elásticas, denominadas ondas sísmicas
69. **TRABAJO.** Es fuerza humano aplicada a la producción de la riqueza.

70. VIGENTE: Aplicase a las leyes, ordenanzas, estilos y costumbres que están en vigor y observancia.

Bibliografía

Libros

- Diario Co-Latino, Aniversario de Fundación, (1994)
- Esquivel Clímaco, El Papel de los Medios de Comunicación, (2000)
- Fuentes Juan Luis, Comunicación, Editorial M. Fernández y CIA S.A., (1980)
- Lloryd, Herbert y Lloryd Peter, Relaciones Públicas Edición Piramide, Primera Edición, España 1988.
- Marston Jonh E., Relaciones Publicas Modernas. Segunda Edición
- Muriel, María Luisa y Rota, Gilda, Comunicación Institucional.1980
- Rodarte Fernández, Fernando, La Empresa y sus Relaciones Públicas. Editorial Limusa, México, 1981

- Ventura de Mendoza, María Elena, Incidencia de Las Encuestas de Opinión Pública por los Medios de Comunicación en un Proceso Electoral (1997)

Folletos y Revistas

- ASDER, Revista Trimestral Año 1 N° 1 Julio a Septiembre de 1991
- Escobar Noyola Israel, Folleto de Producción en Cine.2000.
- Folleto Informativo, proporcionado por El Diario de Hoy (1998)
- Separata de Relaciones Públicas, Universidad Nueva San Salvador, 1999

Otras

- Connie Marck. Reporte del comité de asuntos económicos del Congreso de Estados Unidos, Julio 1999.
- Constitución Explicada. Cuarta Edición. Fespada Ediciones.

- Diccionario de La Lengua Editorial Océano Española.
- Entrevista con Lic. Mario Martínez. Jefe de Producción Canal 4.
Noviembre de 1999
- Guillermo Gil Especialista en Política Monetaria del Banco Central de Cuba. Estados Unidos y la dolarización en América Latina. Enero 2000.
- <http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/reqcopyr.htm> 1996-1999
Organización Internacional del Trabajo (OIT) - Descargo de
responsabilidad <<http://www.ilo.org/public/spanish/disclaim/discl>

A N E X O S

ANEXO 1

ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA			
			
OBJETIVO: CONOCER LA INFLUENCIA QUE HAN TENIDO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
SOCIAL, EN EL SECTOR INFORMAL DE LOS COMERCIOS DEL CENTRO DE SAN SALVADOR			
SOBRE EL IMPACTO DEL PROCESO DE LA DOLARIZACIÓN DE LA ECONOMÍA			
SEXO		ESCOLARIDAD	
1. MASCULINO 2. FEMENINO		1. NINGUNO 2. 1º-3º 3. 4º-6º 4. 7º-9º	
ESTADO CIVIL		ACTIVIDAD DEL NEGOCIO	
1. SOLTERO 2. CASADO 3. VIUDO		5. BACHILLER 6. TÉCNICO 7. UNIVERSITARIO	
4. DIVORSIADO 5. ACOMPAÑADO 6. S.O.		1. VENTA DE VERDURAS 2. VENTA DE CALZADO	
EDAD		3. ART. DE PRIMERA NECESIDAD 4. VTA. DE ROPA	
1. 18-23 2. 24-29 3. 30-35 4. 36-41 5. 42-47		INGRESOS MENSUALES	
6. 48-53 7. 54-59 8. 60-65 9. 66 A MAS		1. ₡100-₡500 2. ₡501-₡1000 3. ₡1001 A MAS	
PREGUNTAS			
INDICACIONES: TRASLADAR EL NÚMERO DE LA RESPUESTA AL CUADRO DE LA DERECHA			
1. ¿CUAL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE SU PREFERENCIA?		11. ¿POR QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN SE ENTERO SOBRE LA DOLARIZACIÓN?	
1. RADIO 2. TELEVISIÓN 3. PERIÓDICO		1. RADIO 2. TELEVISIÓN 3. PRENSA	
ESPECIFIQUE:		12. ¿CONSIDERA USTED QUE LA INFORMACIÓN RECIBIDA HA SIDO LA NECESARIA?	
2. ¿POR QUÉ PREFIERE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN?		1. SÍ 2. NO 3. S.O.	
1. OBJETIVIDAD 2. CLARIDAD 3. CREDIBILIDAD		13. ¿CONSIDERA QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTÁN INFORMANDO DE MANERA IMPARCIAL SOBRE LA DOLARIZACIÓN?	
3. ¿CONSIDERA USTED QUE EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE SU PREFERENCIA EJERCE INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA?		1. SÍ 2. NO 3. S.O.	
1. SÍ 2. NO 3. S.O.		14. ¿CÓMO EVALÚA EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SOBRE LA DOLARIZACIÓN EN EL PAÍS?	
4. ¿SABE USTED QUE ES LA DOLARIZACIÓN?		1. MALA 2. BUENA 3. EXCELENTE	
1. SÍ 2. NO 3. S.O.		15. ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN CONSIDERA USTED LE INFORMÓ MEJOR SOBRE LA DOLARIZACIÓN?	
5. ¿CONOCE USTED SOBRE LA INTEGRACIÓN MONETARIA?		1. RADIO 2. PRENSA 3. TELEVISIÓN	
1. SÍ 2. NO 3. S.O.		4. NINGUNO 5. S.O.	
6. ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO CON EL USO DE DOS MONEDAS EN EL PAÍS?		ESPECIFIQUE	
1. SÍ 2. NO 3. S.O.		16. ¿CONSIDERA QUE LA DOLARIZACIÓN LE HA BENEFICIADO?	
7. ¿CONSIDERA QUE LA CIRCULACIÓN DE DOS MONEDAS DEBIO HABERSE CONSULTADO CON LOS DIFERENTES SECTORES DEL PAÍS?		1. SÍ 2. NO	
1. SÍ 2. NO 3. S.O.		SI RESPONDIO SI COMO:	
8. ¿CONOCIA CON ANTERIORIDAD LOS DÓLARES?			
1. SÍ 2. NO 3. S.O.			
9. ¿QUÉ MONEDA PREFIERE UTILIZAR?		17. ¿QUÉ SUGERENCIA DARÍA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA QUE REALICEN ADECUADAMENTE SU PAPEL DE INFORMAR SOBRE LA DOLARIZACIÓN?	
1. COLONES 2. DÓLARES 3. AMBOS 4. S.O.			
10. ¿ESTÁ DE ACUERDO QUE DESAPARESCA EL COLÓN?			
1. SÍ 2. NO 3. S.O.			
PARA USO EXCLUSIVO DEL INVESTIGADOR:			
ZONA GEOGRÁFICAS:			
Nº DE CUESTIONARIO:			
RESPONSIBLE:			

ANEXO 2

MATRIZ DE CONGRUENCIA

ENUNCIADO	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	PREGUNTAS
¿Cuál es el papel de los Medios de Comunicación Social, en el impacto del proceso de Dolarización en El Salvador, principalmente dentro del Sector Informal Económico?	General: Determinar cuál es el papel de los Medios de Comunicación Social, en el impacto del proceso de Dolarización en las empresas dedicadas al comercio informal de la zona metropolitana de San Salvador. Específicos: Establecer si los medios de comunicación social cumplen con su papel de educar e informar a la sociedad, teniendo como base la creación y divulgación de la Ley de Integración Monetaria en El Salvador. Determinar cuál es el impacto de la Ley de Integración Monetaria en la población del sector informal de la economía, en la zona metropolitana de San Salvador. Definir la importancia que juegan los medios de comunicación social, en educación y orientación de las empresas dedicadas al comercio informal, en el proceso de Dolarización.	General: Los medios de comunicación social en El Salvador, no cumplieron con su papel de informar y educar a la población del sector informal de la economía sobre el proceso de Dolarización. Específicas: Los Medios de Comunicación social son generadores de opinión pública en el proceso de dolarización en el sector informal. A mayor importancia por parte de los Medios de Comunicación Social en el sector informal, más información de la dolarización. A menor información por parte de los Medios de Comunicación social en el sector informal, menos conocimiento y aceptación de la dolarización.	Medios de Comunicación Social Informal	El Reating Caracterización Influencia en Opinión Nivel Académico Status Social Ingresos Objetividad Influencia Criterio Conocimiento Papel Importancia Veracidad Objetividad Claridad Eficiencia Información Educación Cultura	La Comunicación, Proceso de Comunicación Elementos de la Comunicación, Propósitos de La Comunicación, Medios de Comunicación Social, Prensa Escrita, Prensa Escrita en El Salvador, Principales Periódicos de El Salvador, La Radiodifusión, Funciones de la Radio, Características de la Radio, Limitaciones de La Radio, La Radio en El Salvador, La Televisión, Orígenes de la Televisión, Historia de la Televisión en El Salvador, Función de la Televisión, Función de los Medios de Comunicación Social, Las Relaciones Publicas, Las Relaciones Publicas en El Salvador, Las Relaciones y manejo de Imágenes, Definición de las Relaciones Publicas, Funciones de las Relaciones Publicas, Relaciones Publicas con las Organizaciones Financieras, Relaciones Publicas con el Gobierno, Importancia de las Relaciones Publicas Objetivos de las Relaciones Publicas, La Integración Monetaria, Ley de Integración Monetaria Internacional, Pasos de la Integración Monetaria, Elapas Integración Monetaria, Formación, aprobación y vigencia de la ley en El Salvador La ley de integración monetaria en El Salvador, Implicaciones de la ley de integración monetaria, Ventajas de la Ley de Integración Monetaria en El Salvador, La Ley de Integración Monetaria o Dolarización, El Banco Central de Reserva de El Salvador y la dolarización, La ley de Integración Monetaria y Los Medios de Comunicación El Salvador, Antecedentes del Sector Informal, Definiciones del Sector Informal, Características del Sector Informal, El Sector Informal y sus individuos Ventajas y Desventajas del Sector Informal Ventajas, Desventajas, El Mercado de Trabajo Informal, La Dolarización y el Sector Económico	Sexo, Estado Civil, Edad, Escolaridad, Actividad del negocio, Ingresos Mensuales, Qué medio de comunicación prefiere? ¿Por qué prefiere este medio de comunicación? ¿Considera usted que el medio de comunicación de su preferencia ejerce influencia en la opinión pública? ¿Sabe usted qué es la Dolarización? ¿Conoce usted sobre la Integración Monetaria? ¿Está usted de acuerdo con el uso de dos monedas en el país? ¿Considera que la circulación de dos monedas debió haberse consultado con los diferentes sectores del país? ¿Conocía con anterioridad los dólares? ¿Qué moneda prefiere utilizar? ¿Está de acuerdo con que desaparezca el colón? ¿Por qué medio de comunicación se informó usted sobre la Dolarización? ¿Considera usted que la información recibida ha sido la necesaria? ¿considera que los medios de comunicación están informando de manera imparcial sobre la dolarización? ¿Cómo evalúa el papel de los medios de comunicación sobre la información proporcionada sobre la Dolarización en el país? ¿Qué medio de comunicación considera usted le informó mejor sobre la dolarización? ¿Considera que Dolarización le ha beneficiado? ¿Qué sugerencia daría a los medios de comunicación social para que realicen adecuadamente su papel de informar sobre la Dolarización?

ANEXO 3

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nº	ACTIVIDADES	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO
1	Entrega de Anteproyecto	■								
2	Entrega de Anteproyecto a Facultades	■								
3	Entrega de Anteproyecto a Jurado.	■								
4	Defensa de Anteproyecto		■							
5	Elaboración de 1ª Capítulo		■							
6	Entrega 1ª Avance			■						
7	Investigación de Campo				■					
8	Entrega 2ª Avance					■				
9	Elaboración de Propuesta						■			
10	Entrega Final							■		
11	Defensa de Tesis								■	

ANEXO 4

PRESUPUESTO

Cant.	Detalle	Valor Unit.	Subtotal	Total
	Servicios Prestados por la Universidad.			
		¢ 750.00	¢ 22,500.00	
	Gastos de Colegiatura	¢ 790.00	¢ 2,370.00	
	Inscripción de Proceso	¢ 100.00	¢ 300.00	
	Carta de Egresados			¢ 25,170.00
	Recursos Matriales			
5	Resmas de Papel Bond	¢ 30.00	¢ 150.00	
1	Caja de Diskettes	¢ 50.00	¢ 50.00	
3000	Copias	¢ 0.20	¢ 600.00	
10	Cartuchos para Impresora CANON	¢ 230	¢ 2,300.00	
	BJC 1000	¢13.00	¢ 130.00	
15	Fólder	¢1.00	¢ 15.00	
				¢ 3,245.00
	Viáticos y Transporte			
40	Galones de Diesel	¢ 13.00	¢ 520.00	
	Gastos de Transporte Urbano	¢ 1.50	¢ 1,300.00	
	Viáticos de Alimentación		¢ 5,000.00	
				¢ 6,820.00
	Gastos de Presentación			
10	Empastados	¢ 150.00	¢ 1,500.00	
2	Diskettes	¢ 6.50	¢13.00	
	Gastos de Salón		¢ 75.00	
	Gastos de Alimentación		¢ 1,000.00	
	Otros		¢ 1,300.00	
			TOTAL	¢ 3,888.00
	Subtotal			¢ 39,123.00
	Imprevistos 5%			¢ 1,956.15
				¢ 41,079.15
	Total de Inversión			