



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN:
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DEL GAD QUEVEDO, Y SU INCIDENCIA HABITANTES DE LA PARROQUIA SAN CRISTÓBAL SECTOR COOPERATIVA ABDÓN CALDERÓN DEL CANTÓN QUEVEDO EN AL AÑO 2021.

AUTORA:

ERIKA MARIANA VANONI REYES

TUTOR

LCDO. ENRIQUE BUSTAMANTE PIGUAVE MSC.

QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2021

RESUMEN

La política y la democracia constituyen grandes elementos de la sociedad actual, por ellos es indispensable que exista una buena armonía que genere paz y seguridad, considerando estos factores es necesario indagar en las relaciones pública que tienen los habitantes de la parroquia San Cristóbal del sector de la cooperativas Abdón Calderón del cantón Quevedo, con las autoridades del Gad cantonal, El Gad municipal del cantón Quevedo es una entidad pública administrativa que planifica, controla y ejecuta para el bienestar de la ciudadanía, como entidad administrativa sin fines de lucro debe contar con un plan de comunicación corporativo porque a través de aquello se transmiten información al personal interno y a la ciudadanía externos y de esta manera lograr establecer una empatía entre ambos dicha comunicación debe ser dinámica, planificada y concreta. Es necesario que el investigador profundice y aplique sus conocimientos permitiendo establecer métodos y estrategias con el objetivo de tener una excelente comunicación tanto interna y externa, contando con la debilidad que tiene el Gad municipal que aplica de manera empírica los medios de comunicación de esta manera se beneficiaran los ciudadanos mejorando sus relaciones públicas con el Gad municipal ya que entre ambos se necesitan mutuamente para el desarrollo del progresos social.

Palabras clave:

Análisis comunicacional

Relaciones públicas

Incidencia habitantes

ABSTRACT

Politics and democracy constitute great elements of today's society, for them it is essential that there is a good harmony that generates peace and security, considering these factors it is necessary to investigate the public relations that the inhabitants of the San Cristóbal parish have in the sector of the Abdón Calderón cooperatives of the Quevedo canton, with the authorities of the cantonal Gad, The municipal Gad of the Quevedo canton is a public administrative entity that plans, controls and executes for the welfare of the citizens, as a non-profit administrative entity must have a corporate communication plan because through that information is transmitted to internal staff and external citizens and in this way to establish an empathy between both, said communication must be dynamic, planned and concrete. It is necessary for the researcher to deepen and apply their knowledge allowing to establish methods and strategies with the aim of having excellent internal and external communication, counting on the weakness of the municipal Gad that empirically applies the media in this way. Citizens will benefit by improving their public relations with the municipal Gad since the two need each other for the development of social progress.

Keywords:

Communicational analysis

Public relations

Incidence of inhabitants

Contenido

TEMA	1
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL.	¡Error! Marcador no definido.
RESULTADO DE GRADUACIÓN DE LA DIMENSIÓN ESCRITA XIVO.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT.....	3
1. INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I.- MARCO METODOLÓGICO.	8
1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO.....	8
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.3 JUSTIFICACIÓN	9
1.4 OBJETIVO.....	10
1. 4.1 Objetivo general	10
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
Comunicación	11
Análisis comunicacional	12
Importancia del análisis comunicacional.....	12
Comunicación organizacional	13
Objetivos del análisis comunicacional.....	13
Plan de comunicación	14
Herramientas de comunicación	14
Relaciones públicas.....	15
Importancia de las relaciones públicas	15
Las relaciones públicas como factor de éxito	16
La comunicación y las relaciones públicas.....	16
Ventajas de la comunicación y las relaciones públicas.....	17
Desventajas de la comunicación y las relaciones publica.....	17
1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	18
Tipos de investigación.....	18
Investigación bibliográfica	18
Investigación Exploratoria	19

Métodos de investigación	19
Método analítico	19
Método estadístico	19
Técnicas de investigación.....	19
Observación	20
CAPÍTULO II.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.1 DESARROLLO DEL CASO	21
2.2 SITUACIONES DETECTADAS	22
2.3 SOLUCIONES PLANTEADAS	23
Propuesta de desarrollo	25
Plan de acción	27
Duración.....	27
Estrategia	27
Táctica.....	27
Responsable	27
2.4. CONCLUSIONES	28
2.5 RECOMENDACIONES	29
Bibliografía	30
ANEXOS	31

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación, es la base que posibilita la convivencia entre los seres humano, partiendo desde este punto la presente investigación se centra en investigar el análisis comunicacional las relaciones públicas del Gad Quevedo, y su incidencia habitantes de la parroquia San Cristóbal sector cooperativa Abdón calderón del cantón Quevedo, como es de conocimiento general hoy en día existe una mala relación en cuanto a la comunicación entre el pueblo y las autoridades sobre todo del sector de político, acusándose mutuamente de falta de planificación, organización, interés por el bienestar común y en casos extremos de corrupción, primando que se cierren toda posibilidad de crear un dialogo mejorando las relaciones entre ambas partes.

Ecuador no ha sido un buen ejemplo de que entre sus habitantes y autoridades existan buenas relaciones públicas, la evolución y procesos comunicacionales no ha sido los mejores lo que ha traído como consecuencias, desacuerdos, altercados que no han terminado del todo bien, la falta de participación ciudadana también ha influido de manera negativa al no conocer cómo funcionan varios factores desde otro punto de vista, formándose un pugna de poderes entre el estado y el pueblo donde los cambios son contantes interfiriendo a que los procesos comunicacionales no sean los mejores.

La política y la democracia constituyen grandes elementos de la sociedad actual, por ellos es indispensable que exista una buena armonía que genere paz y seguridad, considerando estos factores es necesario indagar en las relaciones publica que tienen los habitantes de la parroquia San Cristóbal del sector de la cooperativas Abdón Calderón del cantón Quevedo, con las autoridades del Gad cantonal, donde se ha expuesto que en el sector hay necesidades y requerimientos que no son considerado por las autoridades las cuales ignoran las peticiones generando un clima desagradable donde no existe una buena comunicación ni ningún tipo de interacción social limitando los diálogos de acuerdo entre habitante y autoridades.

Es necesario que las autoridades del Gad cantonal, analizando la situación actual y la tensión que existe ante la falta de comunicación entre los moradores de la cooperativa Abdón Calderón, busquen alternativas para desarrollar buenas relaciones públicas,

mediante la acción participativa de sus ciudadanos dándole a conocer los procesos a los cuales se tienen que someter para desarrollar cualquier proyecto que se quiera ejecutar.

Para el desarrollo del proyecto, se aplicó los métodos y técnicas investigativas que permitieron analizar la comunicación que hay entre las autoridades del Gad de Quevedo y los habitantes, indagando en la participación democrática que existe en la equidad política, social y económica de cada uno de sus habitantes.

Capítulo I: Se encuentra estructurado, por la problematización de la investigación que deja ver los desacuerdos ante la falta de comunicación que existe entre los moradores de la cooperativa Abdón Calderón, procediendo a la elaboración de los objetivos que se desean lograr a lo largo del estudio, para proceder a justificar el tema y realizar la fundamentación teórica junto con la metodología investigativa que ha permitido la generación de información.

Capítulo II: Se encuentra sustentado por el desarrollo del caso, situaciones encontradas y cada una de las soluciones planteadas como medidas de apoyo al estudio realizado, para luego proceder a dar las conclusiones generales encontradas, finalizando con las recomendaciones.

CAPÍTULO I.- MARCO METODOLÓGICO.

1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Análisis comunicacional de las relaciones públicas del Gad Quevedo, y su incidencia habitantes de la parroquia san Cristóbal sector cooperativa Abdón Calderón del cantón Quevedo en al año 2021.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El principal problema que se evidencia es que la falta de comunicación índice a que se generen malas relaciones públicas entre los moradores de la cooperativa Abdón Calderón y las autoridades que están a cargo del Gad de Quevedo, varios de los moradores han asumido que las autoridades ignoran sus peticiones para que atiendan las necesidades que hay en el sector mencionado, lo cual repercute y crea tenciones donde cada habitante acusa de manera arbitraria a que no se dé el apoyo necesario, ni adecuado ante las peticiones ciudadanas.

El problema se vuelve más tedioso, cuando las autoridades municipales responden que no hay peticiones formuladas por parte de los habitantes, donde aducen que no se cumplen con obras, dejando en claro que se les ha formulado organizarse y elegir representantes barriales como lo hacen otros sectores llegando con sus peticiones debidamente firmadas dando a conocer el tipo de apoyo que solicitan, además que deben esperar porque ya existen proyectos de primera necesidad y que de ellos no dependen que se aprueben, debido a que el presupuesto que se destina para obras es limitado y solo se enfocan en las emergencias dada la situación actual por la que se está atravesando.

La falta de intervención para la ejecución de tareas como alumbrados público, arreglo de parques, calles asfaltadas, alcantarillado, aumento de la delincuencias son fatores que incide a que se acuse como único responsable directo al Gad cantonal, pasando por alto que si bien es cierto se deben al pueblo hay operaciones de las que son

responsables por lo que no pueden asumir culpas, ya que el gobierno nacional no destina un presupuesto sustancioso que cubran en parte todas las necesidades de sus habitantes.

Es fundamental que, como sectores barriales, se organicen para poder comunicarse de forma apropiada, dando a conocer sus inquietudes, problemas a fin de encontrar soluciones oportunas, también se hace un llamado de atención a la autoridades del Gad cantonal a desarrollar un plan de comunicación que incluya completa disposición a escuchar a los ciudadanos, tener la entereza de explicar los formularios a seguir, invitándolos a participar democráticamente en reuniones a fin de lograr buenas relaciones públicas entre ambas parte debido a la importancia que tienen para el desarrollo social y económico de país.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Se justifica la presente investigación por la relevancia social que tiene, al tocar uno tema que genera tensión no solo a nivel cantonal, ya que este tipo de inconveniente se encuentra latente a nivel nacional, analizando los factores que inciden entre habitantes y autoridades no tengan una relación armoniosa donde puedan trabajar de manera conjunta por las necesidades esto debido a la falta de comunicación que imposibilitan que coexista una mayor interacción social.

El Gad municipal del cantón Quevedo es una entidad pública administrativa que planifica, controla y ejecuta para el bienestar de la ciudadanía, como entidad administrativa sin fines de lucro debe contar con un plan de comunicación corporativo porque a través de aquello se transmiten información al personal interno y a la ciudadanía externos y de esta manera lograr establecer una empatía entre ambos dicha comunicación debe ser dinámica, planificada y concreta

Es necesario que el investigador profundice y aplique sus conocimientos permitiendo establecer métodos y estrategias con el objetivo de tener una excelente comunicación tanto interna y externa, contando con la debilidad que tiene el Gad municipal que aplica de manera empírica los rrollo del progresos social, (Garcia, 2019). medios de comunicación de esta manera se beneficiaran los ciudadanos mejorando sus

relaciones públicas con el Gad municipal ya que entre ambos se necesitan mutuamente para el desa

1.4 OBJETIVO

1. 4.1 Objetivo general

✓ Realizar análisis comunicacional de las relaciones públicas del Gad Quevedo, y su incidencia habitantes de la parroquia san Cristóbal sector cooperativa Abdón Calderón del cantón Quevedo.

1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Comunicación

La comunicación, es construir con el otro un entendimiento común sobre algo. Es el fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten en la frontera. El entendimiento común no quiere decir concordancia total con los enunciados envueltos en el intercambio. El entendimiento puede ser la conclusión de las conciencias que discrepan de los enunciados una de otra. El lenguaje despunta, entonces, como objeto cultural de percepción del otro. El lenguaje se convierte en el plano en el cual la zona de encuentro puede ser diseñada mediante el diálogo.

Se conocer también que la comunicación el fenómeno de encuentro de planos cognitivos que por la percepción del otro son arrastrados hacia una frontera creativa de nuevas formas cognitivas. Vuélvese objeto de la comunicación esta interfaz y sus propiedades, el proceso de establecimiento de vínculo que permite el diseño de una frontera. Vuélvese objeto de la comunicación lo que emerge, el tercer plano que no existía antes del encuentro de todas las partes dialogantes. Vuélvese objeto de la comunicación el estar en relación, o mejor, el intercambio, (Brönstrup, Godoi, & Ribeiro, 2017).

Importancia de la comunicación

La importancia de la comunicación radica en que es la forma para tratar de entendernos los unos a los otros. En otras palabras, es la herramienta para relacionarnos, obtener lo que necesitamos o aquello que queremos y para expresar lo que somos.

Así que comunicar no sólo tiene que ver con la relación entre las personas, sino también con la interacción entre empresas o transmitir valores e información de manera correcta, (Rivero, 2017).

Tipos de comunicación

La comunicación es el proceso de intercambiar información, en el que el emisor o la emisora transmite a el/la receptor/a un mensaje, a través de un canal, y esperando a que, acto seguido, la persona receptora emita su propia respuesta, en un contexto determinado existe varios tipos de comunicación entre ellos están., (Mendieta, 2018)

- ✓ Comunicación verbal
- ✓ Comunicación no verbal
- ✓ Colectiva
- ✓ Individual

Análisis comunicacional

El análisis comunicacional se identifica y examinan los aspectos gráficos que todo el personal involucrado en la tienda elabora, diseña, utiliza y emite a su público receptor, a través de diferentes instrumentos, medios y aplicaciones, que forman parte de su modelo de negocio; se orienta la exploración hacia la carga conceptual que estos elementos poseen y manifiestan, de manera silenciosa y sugestiva, pero también visible al consumidor.

Este estudio es importante en el campo de la comunicación organizacional, debido a que es un tema poco explorado, tratado y utilizado dentro de esta rama. Si bien es cierto en esta especialidad se tratan contenidos acerca de estrategias de comunicación externa y diferentes elementos visuales que ayudan a crear la identidad de marca o empresa, no se llega a conocer en detalle la manera en que funcionan y se manejan estas estrategias externas dentro de cada organismo o institución, con la finalidad de que el consumidor se llegue a identificar con lo que la empresa dice y hace, (Rivera, 2018).

Importancia del análisis comunicacional

La importancia del análisis comunicacional eficiente sienta la base principal para el entendimiento entre las personas, es fundamental para desarrollar y aplicar el resto de habilidades y conseguir la consecución de los objetivos de cualquier organización

empresarial. De hecho, la comunicación en la empresa ocupa la mayor parte de la jornada laboral de sus miembros. Con esto se demuestra que el desarrollo de esta habilidad es de suma importancia a la hora de gestionar una entidad. En este sentido, los líderes eficientes deben ser comunicadores eficaces y poseer capacidad para hablar, escuchar, leer y escribir ya que utilizan la comunicación con múltiples fines.

Se utiliza para motivar a los subordinados explicando las metas a conseguir y los resultados que se persiguen, así como si se sigue el camino correcto para su consecución. Un grupo sin directrices precisas para el desempeño del trabajo no sabrá que protocolo de acción tiene que adoptar. También se utiliza para expresar las diferentes emociones con el resto del grupo. Una buena comunicación facilita la toma de decisiones puesto que se utiliza para recoger información necesaria para la gestión, (Calle, 2018).

Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es el conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir o recibir información a través de diversos medios, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa u organización. A través de la comunicación organizacional se establecen estrategias de desarrollo, productividad y relaciones internas y externas a fin de obtener un mejor desempeño por parte del recurso humano, por lo que su finalidad se relaciona con los logros, éxitos o fracasos de una empresa u organización.

A su vez, la comunicación organizacional permite que los procesos internos de trabajo se desarrollen correctamente, exista un óptimo clima de trabajo y se alcancen los objetivos propuestos. Para establecer la gestión eficaz y eficiente de una empresa u organización, la comunicación es una herramienta de vital importancia, (Ramos, Paredes, Teran, & Lema, 2019).

Objetivos del análisis comunicacional

La definición de esos objetivos de comunicación está sujeta al análisis previo de la situación interna y externa de la organización. Esto luego servirá para identificar y

clasificar los factores más relevantes asociados sus debilidades, oportunidades fortalezas y amenazas (DOFA).

Esos objetivos pueden ser el lanzamiento de un producto o servicio, la realización de un proceso de transformación cultural, implementar procesos de cambio, mejorar la notoriedad y la imagen, incrementar el número de afiliados o votantes, entre muchos otros. Vale la pena aclarar que esos objetivos deberán estar correctamente formulados y expresados por escrito. Además, como explica Andrés Aljure Saab en El plan estratégico de comunicación, tendrán que tener relación con la visión y la misión, ser específicos, cuantificables, medibles, contemplar un plazo de ejecución, ser realizables y tener asociado un público específico. (Genes, 2019).

Plan de comunicación

El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización. Contar con uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo.

Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a la que puede llevarnos el trabajo día a día, el plan promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos, lo que nos hace cuestionarnos continuamente y buscar mayor calidad. Es recomendable que esta herramienta no acabe constituyéndose como una pauta estanca y limitadora, sino una guía de principios y propuestas flexible y adaptable. (Voluntariado, 2019)

Herramientas de comunicación

En las instituciones la búsqueda por mejorar la competitividad y eficiencia ha hecho que la comunicación tome parte significativa como instrumento estratégico para mirar lo que está pasando en el entorno general de la institución, para cumplir con las habilidades existen herramientas de comunicación interna, estas son diversas y cada una se aplica según la estrategia de comunicación que la entidad solicite para cumplir sus objetivos.

Una correcta comunicación tiene que tener claras sus funciones las cuales darán los resultados que se buscan. Una de las tareas que le corresponde cumplir a la comunicación interna es la de orientar la capacidad de escuchar y sensibilizar sobre los distintos aspectos de la institución, (Guaman, 2018).

Relaciones públicas

Las Relaciones Públicas son una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización.

las Relaciones Públicas y consiste en conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos que posee una organización. Con esa nueva traducción se podrían haber evitado connotaciones tergiversadas sobre su función. Toda organización ya sea empresa, movimiento asociativo, sindicato, partido político, Organización No Gubernamental o asociaciones patronales deben conocer con quienes se relacionan, establecer acciones con ellos, conocer sus demandas y satisfacer sus necesidades de una manera acorde con los objetivos de la organización. Pero también las entidades públicas (Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial) deben relacionarse con sus públicos para establecer vínculos satisfactorios de una manera mutua. (Castillo, 2020).

Importancia de las relaciones públicas

Son una herramienta indispensable para desarrollar y mantener la Identidad, para así generar y consolidar en las audiencias una imagen corporativa. Se parte de considerar que toda organización genera un conjunto complejo de elementos significativos, como mensajes de su identidad, los cuales son percibidos por el receptor.

Esta percepción se elabora con base en comunicaciones explícitas, implícitas, voluntarias o no, pero que influyen a todos los públicos o clientes, no sólo a los potenciales clientes de la empresa, por lo tanto, hay que tener especial cuidado en la coherencia y efecto positivo que se desee despertar, (Wilhelm, Ramírez, & Sánchez, 2017).

Las relaciones públicas como factor de éxito

La importancia de las Relaciones Públicas por considerar que este es un factor de éxito para un Gerente General. Estas relaciones no se circunscriben solamente a este directivo, sino que, además, todo aquel que forme parte de una Gerencia General o, por el contrario, de una empresa mediana o pequeña debe tener presente para generar una buena relación con sus clientes, siendo extensivo a todos los empleados de menor nivel. Es decir, es un conjunto de personas que pueden llevar a una organización al éxito, si mantienen unas Relaciones Públicas que demuestren el interés que tienen en el éxito en los negocios.

Las RR. PP. son tan importantes que incluso, ayudan en la resolución de conflictos, define la responsabilidad de la dirección para servir al público, y en el caso de empresas prestadoras de bienes o servicios, el servicio al cliente es donde el Gerente General y de aquellos directivos que componen la Alta Gerencia, pueden demostrar sus habilidades de interacción, utilizando las R.P en forma eficaz, el rigor y las técnicas de comunicación ética como herramientas, (Hernan, 2020).

La comunicación y las relaciones públicas

Las relaciones públicas son una manera de establecer relación entre una organización o institución y sus diversas audiencias objetivas, para incrementar el posicionamiento, las ventas y facilitar la comunicación entre ellos. Para lograr comprender el estado actual de las Relaciones Públicas es necesario retroceder en el tiempo al momento de su nacimiento. Sólo así, se podrá observar en qué circunstancias y momento histórico han surgido, cómo han ido evolucionando y cómo es que esto influye y la determina hoy en día.

Las relaciones públicas son perfectas al momento de establecer estrategias de crecimiento de una empresa, estas ayudan a la organizaciones grandes y medianas a tener una perspectiva más corporativa dentro de su propio entorno. Este libro ha sido escrito de forma tal, que los estudiantes de administración organizacional, logren aprender de forma autónoma cómo funciona el proceso comunicativo y como establecer un plan que

se pueda ejecutar en función de que se incorporen a un programa más actual de la comunicación, (Mackay, Andrade, Medrano, Santamaría, & Silva, 2019).

Ventajas de la comunicación y las relaciones públicas

Las relaciones públicas (RRPP) construyen conexiones positivas entre una empresa y sus audiencias; son el canal ideal para llegar a los públicos clave y, al mismo tiempo, construir una reputación positiva. Con una estrategia y objetivos claros, las relaciones públicas son un componente beneficioso para las organizaciones, por varias razones.

Resaltan visibilidad de marca: Acciones eficaces de RRPP impulsan positivamente la imagen de una empresa, influyendo en la percepción de sus usuarios y en la conexión con los consumidores, para crear un vínculo emocional entre el cliente y la marca.

Manejan y previenen crisis: La agencia o equipo encargado de las RRPP de una empresa gestionan posibles crisis que pueden producirse a nivel interno o externo. Saber manejar y transmitir convenientemente la información a las áreas o grupos que puedan verse afectados es primordial.

Ayudan a captar clientes nuevos: Con una imagen bien posicionada se producen más oportunidades para captar clientes en los productos o servicios que oferta la empresa, (Vera, 2019).

Desventajas de la comunicación y las relaciones pública

La comunicación y las relaciones públicas tienen un potencial limitado, por lo cual no pueden completar el proceso de comunicación. Las relaciones públicas tienen un potencial limitado, por lo cual no pueden completar el proceso de comunicación. Pueden fallar por una mala administración y una falta de coordinación con el departamento de comunicación

La función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y procedimientos del individuo u organización con el interés público y ejecuta un programa de acciones para conseguir la compensación y aceptación del público. La función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y procedimientos del individuo u organización con el interés público y ejecuta un programa de acciones para conseguir la compensación y aceptación del público, (Valdes, 2018).

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Para la realización del proyecto se aplicaron métodos, y técnicas de investigación como analíticas, bibliográficas, estadísticas, exploratoria mediante las cuales se obtuvo información para el desarrollo de cada uno de los procesos, determinando como el análisis comunicacional, influye en las relaciones públicas entre Gad cantonal y los moradores de la cooperativa Abdón Calderón, con la finalidad de encontrar soluciones adecuadas aplicando estrategias comunicativas que se ajusten a las necesidades que se presentan actualmente.

Tipos de investigación

Investigación bibliográfica

Se procedió a buscar información sobre el análisis comunicacional, y las relaciones públicas en libros, revistas, periódicos, foros indagando en la problemática actual de como incide la falta de un plan de comunicación de manera interna o externa en el desarrollo de información.

Investigación Descriptiva

Se utilizó para describir como incide que el Gad de Quevedo no cuente con un plan de comunicación más eficiente, que facilite la interacción social entre las autoridades y la comunidad dando como resultado que no se manejen de forma adecuada las relaciones públicas.

Investigación Exploratoria

Fue aplicada con el propósito, de indagar en el problemas sobre que estrategias comunicacionales que se necesitan para mantener una buena relación pública entre autoridades y moradores, recurriendo a herramientas como la tecnología fin de transmitir la información la cual se espera que sea dinámica y concreta.

Métodos de investigación

Método analítico

Analizó las variables de la investigación, indagando en la problemática y logros que se pueden efectuar si se logran mantener un comunicación constante, entre los representantes del Gad y moradores con el fin de llegar acuerdos optimo entre ambas partes.

Método estadístico

Fue utilizado para conocer los cambios estratégicos del plan comunicacional que tiene el Gad de Quevedo evaluando la evolución que ha tenido, en el manejo de la información de manera interna y externa a fin de proponer soluciones a la problemática planteada.

Técnicas de investigación

Observación

Se aplicó para conocer el diagnóstico entre el análisis comunicacional y la relaciones públicas que se dan entre el Gad cantonal y moradores permitiendo tener una percepción clara de la realidad que se investiga y en el lugar de los hechos.

CAPÍTULO II.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DESARROLLO DEL CASO

Para el desarrollo del caso se procedió a obtener información mediante el aporte metodológico que ayudo a recopilar información argumentada y plenamente sustentada para proceder a elaborar cada uno de los procesos investigativo determinando cuales son los principales inconveniente de que no se genere una buena comunicación con las autoridades del Gad cantonal y los habitantes de la cooperativa Abdón Calderón.

Al aplicar la técnica de investigación exploratoria y descriptiva, se estableció que uno de los problemas principales es que no existe un buen plan de comunicación corporativo dentro de la institución municipal, dejando a un lado el vínculo comunicativo afectando en las relaciones públicas, la falta de estrategias comunicacionales ha influido para que la comunicación interna y externa no sea adecuada, llevando a tomar decisiones sin consultar las opiniones incidiendo a que la información no llegue de manera clara, exista desconcierto, y se cree un ambiente no agradable en el entorno.

A través de la investigación bibliografía, se obtuvo información de fuentes primarias y secundarias, sobre temas relacionados con la investigación, logrando conocer la importancia que tiene un buen plan de comunicación y como es de vital importancia en cualquier institución si quiere cumplir con los objetivos propuesto, y una buena relación pública, ya que a través de ellos se aplican políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones que cada miembro de la organización debe respetar y desempeñar para alcanzar las metas trazadas.

La investigación analítica y estadística proporcionó información de la situación actual que viven los habitantes parroquia san Cristóbal sector cooperativa Abdón Calderón del cantón Quevedo, la solicitud de atención que han realizado ante la falta de obras, donde se pueden evidenciar que en el lugar prima calles sin alumbrado, parques en mal estado, calles dañadas, problemas con el líquido vital, aduciendo que no son escuchado por las autoridades ante estos inconvenientes se han manifestado de forma molestas acusando a los representantes del Gad no tener un plan organizado donde

puedan llegar hasta donde están los problemas y conversar con los moradores llegando acuerdos donde las dos partes salgan beneficiadas.

2.2 SITUACIONES DETECTADAS

Una de la principales situaciones que se detecto es que el plan comunicación que maneja el Gad de Quevedo carece de estrategias que permitan poder manejar mejor la información de manera interna y externa, afectando las relaciones públicas, indicando que todo tipo de decisiones que se realizan dentro de la organización se efectúan de manera jerárquica sin tomar en cuenta opiniones de los mandos medio, que conocen mejor la situación del entorno, dado que es una entidad pública y que su principal objetivo es cumplir con las necesidades de la población.

A través del estudio también se conoció que en los últimos tiempo el Gad del cantón ha enfrentado dificultades ya que las personas carecen de conocimiento de las decisiones que toman, llegando a manifestarse que no son escuchados, principalmente este tipo de clamores han llegado de parte de los moradores de la cooperativa Abdón Calderón, quienes argumentan que ni el alcalde, concejales, han tomado en cuenta su llamado de atención en cuanto a la realización de obras en el sector, solicitudes que las han realizado ya meses pero que no tienen respuestas, acercándose hasta el municipio donde no les han dado información de proyectos que se enfoquen es su sector.

Es necesario y adecuado que se reestructure del plan de comunicación actual de manera urgente, que se apliquen políticas nuevas, organizadas, estrategias, objetivos y acciones a, alcanzar dentro de un determinado plazo dando un espacio a los representantes de parroquias, barrios para que puedan manifestar sus inquietudes, hacer llegar sus solicitudes de forma directa a la máxima autoridad eliminado de esta manera tramites burócratas que atrasan el progreso y generan un mala imagen para un digna institución como es el Gad de Quevedo.

2.3 SOLUCIONES PLANTEADAS

- ✓ Aplicar un plan de comunicación con políticas y estrategias que mejoren los procesos informativos de manera interna y externa.

- ✓ Brindar un espacio comunicativo para escuchar y dialogar con los representantes, de cooperativas, recintos, parroquias que manifiesten sus inquietudes y realicen peticiones de acuerdo a las necesidades del lugar donde viven.

- ✓ Incluir dentro del plan de comunicación las acciones a desarrollar con las comunidades en un corto y mediano plazo determinando si se está cumpliendo con los objetivos programados.

- ✓ Eliminación de tramites burócratas, que influyen a limitar el progreso y desarrollo de obras por el bien de la comunidad.

- ✓ Hacer uso de los medios de comunicación para transmitir la información en cuanto proyectos, planes que se vayan a ejecutar de esta manera los quevedeños estarán informados de todo en cuanto sucede dentro de la institución manteniendo la buena comunicación y buenas relaciones pública.

- ✓ Coordinación, en cuanto a la planificación de obras, investigando y analizando las necesidades que tienen las comunidades para efectuar los proyectos adecuados.

- ✓ Evaluar y medir los resultados en un periodo determinado, analizando si el plan de comunicación cumple con los objetivos planificados mejorando la relaciones públicas con los habitantes de cada sector.

- ✓ Espacio de invitación para la participación ciudadana, atrayendo a los representantes de cada parroquia y demás sectores a unirse e involucrarse mediante sugerencias dando a conocer los proyectos a futuro en beneficio de sus localidades.

**PLAN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVO QUE
CONTRIBUYA EN LA ADECUADA GESTIÓN DE
LA COMUNICACIÓN DEL GAD DE QUEVEDO**



AUTORA:

ERIKA MARIANA VANONI REYES

Propuesta de desarrollo

La propuesta en desarrollo busca, fortalecer la comunicación que se desarrolla dentro el Gad cantonal, obteniendo como resultado una buena relación publica de manera interna y externa, para ello se implementaran estrategias, de manera que la información llegue de manera eficiente y oportuna a cada área de la institución evitando malos entendidos, que permitan tomar decisiones en conjunta en beneficio de la entidad y del pueblo quevedeño que se debe.

Misión del plan

Mejorar los procesos comunicativos que se desarrollan dentro del Gad Municipal de manera interna y externa posicionando de manera positiva la imagen de la entidad, con la finalidad de lograr excelentes relaciones públicas.

Objetivos del plan

- ✓ Plantear estrategias comunicacionales de manera interna y externa logrando excelentes relaciones públicas.
- ✓ Proyectar una buena imagen corporativa del Gad de Quevedo, dando un espacio para la participación pública.
- ✓ Mejorar el sentido de pertenencia del personal del Gad de Quevedo

Estrategias internas

Objetivo	Estrategias	Tácticas	Actividades
Plantear estrategias comunicacionales de manera interna logrando excelentes relaciones públicas.	Informar a los empleados del municipio sobre las decisiones, a realizarse en cada proyecto.	<ul style="list-style-type: none">✓ Reuniones cada semana informando de las decisiones a efectuarse✓ Proponer que se brinden ideas sobre los diversos planes de proyectos	<ul style="list-style-type: none">✓ Fijar día de la semana donde se llevan a cabo la reuniones.✓ Motivar a la mejor ideaincentivos de reconocimiento

Estrategias externas

Objetivo	Estrategias	Tácticas	Actividades
Plantear estrategias comunicacionales de manera externa logrando excelentes relaciones públicas.	Mantener informado de los proyectos que se están realizando en los sectores del cantón, con el propósito de mantener buenas comunicación y relaciones con sus sectores.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar los medios de comunicación para hacer llegar los mensajes del municipio a la ciudadanía. ✓ Crear paginas informativas a través de las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presupuesto para la publicidad mediante los medios de comunicación ✓ Selección de la información más relevante a ser publicada

Matriz de las estrategias interna y externas

Objetivos	Tipo de objetivos	Nivel de evaluación	Mecanismo de evaluación	Responsable
Plantear estrategias comunicacionales de manera interna y externa logrando excelentes relaciones públicas.	Informativo y explicativo	Básico	Consulta sobre el interés del pueblo quevedeño	Erika Vanoni
Proyectar una buena imagen corporativa del Gad de Quevedo, dando un espacio para la participación pública.	Informativo y explicativo	Básico	Seguimiento sistemático	Erika Vanoni
Mejorar el sentido de pertenencia del personal del Gad de Quevedo	Informativo y explicativo	Básico	Sondeo efectuado	Erika Vanoni

Plan de acción del público interno y externo

Objetivo 1: Plantear estrategias comunicacionales de manera interna y externa logrando excelentes relaciones públicas.

Plan de acción			Duración	
Estrategia	Táctica	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de culminación
Mantener informado de los proyectos que se están realizando en los sectores del cantón, con el propósito de mantener buenas comunicación y relaciones con sus sectores.	<input checked="" type="checkbox"/> Utilizar los medios de comunicación para hacer llegar los mensajes del municipio a la ciudadanía. <input checked="" type="checkbox"/> Crear paginas informativas a través de las	Erika Vanoni	Octubre 2021	Enero 2022

Objetivo 2: Proyectar una buena imagen corporativa del Gad de Quevedo, dando un espacio para la participación pública.

Plan de acción			Duración	
Estrategia	Táctica	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de culminación
Reestructurar la página oficial del Gad, cambiando desde el logo colores, empleando canales de comunicación	Actualización de la página oficial Publicación de información adecuada diariamente.	Erika Vanoni	Octubre 2021	Enero 2022

2.4. CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada se determinó que el Gad de Quevedo no posee un buen plan de comunicación que contenga estrategias comunicacionales que se adapten a la situación actual, ya que el plan de comunicación que manejan tiene muchos años con políticas arcaicas, donde la toma de decisiones se manejan de forma jerárquica, sin tomar en cuenta las opiniones de los demás, lo que interfiere en que no fluya la información de manera oportuna, en el ámbito externo e interno afectando las relaciones públicas que tienen las autoridades con la población, a quienes se les debe brindar información de todo cuanto sucede en la organización al ser una entidad pública dispuesta a servir a la sociedad.

Se concluye que actualmente las relaciones públicas entre los habitantes del sector cooperativa Abdón Calderón y el Gad municipal, no son las más adecuadas, debido a que los moradores aducen haber realizado solicitudes de obras, invitaciones de las autoridades, indican también a ver acudido hasta las instalaciones del Gad cantonal sin tener ningún tipo de respuestas, lo que ha cerrado a diálogos y que se genere un buen ambiente de trabajo entre ambas partes.

Actualmente el plan de comunicación no cumple a cabalidad con las funciones esperada en cuanto a estrategias de comunicación, se refiere, por lo que hay inconvenientes en cuanto a las relaciones publicas que se manejan con los moradores de la cooperativa Abdón Calderón, quienes argumentan que el Gad quevedeño no emite ningún tipo de pronunciamiento antes las peticiones que son llevadas.

2.5 RECOMENDACIONES

Se recomienda que el Gad de Quevedo, analice el plan de comunicación que se mantiene actualmente con la finalidad de aplicar estrategias de comunicación que permitan que la información llegue de manera más rápida y oportuna a todos los niveles de manera interna o externa utilizando herramientas adecuadas tales como medios de comunicación para hacer llegar mensajes, Revisión y retroalimentación de la información, redes sociales, logrando que las personas no importa del sector que sea conozca los planes y proyectos de trabajo.

Se sugiere que las autoridades del Gad de Quevedo, tener un dialogo con los moradores de cooperativa Abdón Calderón, escuchando sus solicitudes a las vez realizar propuestas que se puedan cumplir dentro de los parámetros legales, logrando de esta manera mejorar las relaciones públicas, haciendo la invitación para que se elijan representantes de la localidad y puedan hacer llegar sus inquietudes hasta las autoridades competentes.

Se propone desarrollar un nuevo plan de comunicación corporativo que contribuya con la adecuada gestión de la comunicación de manera interna y externa, en el cual se incluya un espacio para que los representante de sectores que conforman el cantón puedan manifestar y realizar propuestas en base al progreso de sus localidades, de esta manera lograr mantener excelentes relaciones públicas y cumplir con acciones fijadas y mejorar el posicionamiento de la imagen del Gad municipal.

Bibliografía

- Brönstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (2017). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana Colombia.
- Calle, P. (2018). Un análisis del proceso de comunicación en la empresa. España: Universidad de Leon Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Castillo, A. (2020). Introducción a las relaciones públicas . España: Instituto de las relaciones públicas (IIRP).
- García, G. (2019). Plan de comunicación corporativa para el gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón la maná, año 2015. Ecuador: Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
- Genes, D. (2019). La importancia de definir los objetivos comunicacionales. Argentina: caissa.uy/definir objetivos comunicacionales.
- Guaman, D. (2018). Comunicación, Relaciones Públicas, Relaciones Públicas Internas, Comunicación Interna, Públicos Internos. Cuenca: Universidad De Cuenca.
- Hernán, D. (2020). Las relaciones públicas como factor de éxito en el desempeño del gerente general. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- Mackay, C., Andrade, F., Medrano, E., Santamaría, J. A., & Silva, B. (2019). RELACIONES PÚBLICAS Teorías y casos ecuatorianos. Ecuador: iveworkingeditorial.com.
- Ramos, w., Paredes, M., Terán, P., & Lema, L. (2019). Comunicación organizacional. México: Instituto superior tecnológico cooperativo Edwards Deming.
- Rivera, Y. (2018). Disertación de grado previa a la obtención del título de licenciada en comunicación mención en comunicación organizacional. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Valdes, R. (2018). Las relaciones públicas. Panamá : /es.slideshare.net.
- Vera, F. (2019). Beneficios de contar con relaciones públicas en tu empresa. México: www.boa.ec/ultimo-post/beneficios-rrpp.
- Voluntariado, P. (2019). Elaboración de un plan de comunicación. España: Plataforma voluntariado de España.
- Wilhelm, G., Ramírez, F., & Sánchez, M. (2017). Las relaciones públicas: herramienta fundamental en la creación y mantenimiento de la identidad e imagen corporativa. Ecuador: Universidad de los Hemisferios.

ANEXOS

Foto 1: Gad municipal del cantón Quevedo



Foto 2: Cooperativa Abdón Calderón



Foto 3: Obras de mantenimiento en la Cooperativa Abdón Calderón



Foto 4: Habitantes del sector Cooperativa Abdón Calderón

