



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)**



**EXAMEN COMPLEXIVO DEGRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN**

PROBLEMA:

**LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CONSEJO NACIONAL
ELECTORAL DE LOS RÍOS PREVIO A LAS ELECCIONES
SECCIONALES**

AUTORA:

APRAEZ MONTERO DAYANNA GIBELLY

TUTORA:

MSC. CAMPI CEVALLOS CUMANDÁ FANNY

BABAHOYO - 2023

DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a Dios, por haberme dado salud y vida al permitirme llegar hasta este momento tan importante. A mi madre por ser el pilar fundamental en mi vida y demostrarme su amor y apoyo incondicional. A mi padre por todo su apoyo y desear lo mejor para mí siempre, mis hermanas que siempre estuvieron con palabras de aliento.

Sin su apoyo incondicional en todo este proceso no hubiera podido llegar a donde estoy gracias por todo los amo.

Dayanna Apraez Montero.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios ya que gracias a Él he logrado culminar mi carrera. A mis padres que siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para ser de mí una buena persona. A mis hermanas y sobrino, mis abuelos que fueron una parte importante en este proceso para que pueda culminar mis estudios. A mis amigos, compañeros y docentes por todos estos años de enseñanzas y aprendizajes. A mi tutora y a todas aquellas personas que fueron parte de este proceso.

Gracias por todo.

Dayanna Apraez Montero

RESUMEN

La presente investigación con respecto a la comunicación estratégica del Consejo Nacional Electoral de Los Ríos, previo a las elecciones sectoriales, tiene como objetivo analizar una amplia variable, pero de gran importancia como lo es la comunicación. El estudio detalla la necesidad de conocer los procesos comunicativos de la entidad pública, puesto que su labor primaria está relacionada con anunciar a la ciudadanía riosense todo lo referente a las elecciones sectoriales; por tanto, se considera relevante la temática expuesta, ya que al jugar un rol fundamental las decisiones de un país, es necesario que la transmisión de las obligaciones y derechos de los ecuatorianos sean descritos y comunicados de forma oportuna. La comunicación estratégica en palabras simples se define como el diseño de planes y herramientas correctamente aplicadas para generar un vínculo positivo entre la empresa y un grupo de interés, no solo en el sector privado comercial, sino también por parte de las entidades públicas, puesto que su labor está ligada a satisfacer la necesidad de información del pueblo. El método utilizado para la obtención de resultados veraces y pertinentes a la investigación es el analítico, debido a la naturaleza de la investigación que solicita emitir conclusiones sólidas a partir de los hallazgos del estudio. Investigación que concluye con la importancia de la comunicación estratégica dentro del CNE Los Ríos; además de que se deben implementar nuevas estrategias que impacten en la sociedad y realce la imagen institucional.

Palabras Claves: Comunicación Estratégica, Institución Pública, Elecciones, CNE, Información.

ABSTRACT

The present investigation regarding the strategic communication of the National Electoral Council of Los Ríos, prior to the sectoral elections, aims to analyze a wide variable, but of great importance, such as communication. The study details the need to know the communication processes of the public entity, since its primary work is related to announcing to the citizens of Rio de Janeiro everything related to sectoral elections; Therefore, the exposed theme is considered relevant, since when the decisions of a country play a fundamental role, it is necessary that the transmission of the obligations and rights of Ecuadorians be described and communicated in a timely manner. Strategic communication in simple words is defined as the design of plans and tools correctly applied to generate a positive link between the company and a group of interest, not only in the commercial private sector, but also by public entities, since Their work is linked to satisfying the people's need for information. The method used to obtain truthful and relevant results to the investigation is analytical, due to the nature of the investigation that requires issuing solid conclusions from the study findings. Research that concludes with the importance of strategic communication within the CNE Los Ríos; In addition, new strategies must be implemented that have an impact on society and enhance the institutional image.

Keywords: Strategic Communication, Public Institution, Elections, CNE, Information.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE	vi
CONTEXTUALIZACIÓN.....	1
1. Planteamiento del Problema	1
2. Justificación	3
3. Objetivos	4
3.1. Objetivo General.....	4
3.2. Objetivos Específicos	4
4. Líneas de Investigación.....	4
DESARROLLO.....	5
5. Marco Conceptual.....	5
6. Marco Metodológico	15
6.1 Tipo de Investigación.....	15
6.2 Método	15
6.3 Técnicas.....	15
6.4 Instrumentos.....	15
7. Resultados.....	16
7.1 Resultados de la Entrevista	16
7.2 Resultados de la Ficha de Análisis de Contenido	17
8. Discusión de Resultados	18

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	20
9. Conclusiones	20
10. Recomendaciones	21
REFERENCIAS Y ANEXOS	22
11. Referencias.....	22
12. Anexos	24

CONTEXTUALIZACIÓN

1. Planteamiento del Problema

El Consejo Nacional Electoral (CNE), entre sus varias actividades destaca la comunicación a la ciudadanía de los procesos electorales a realizar para que todos posean el conocimiento adecuado relacionado a este tema, por ejemplo, los métodos de votación, la presentación de los candidatos y sus proyectos, fechas de sufragio, entre otros; estas acciones de comunicación requieren de planes para su cumplimiento, puesto que la deficiencia en este área causará que los objetivos de la institución no se cumplan.

A lo largo de los años se ha evidenciado un progreso de la comunicación por parte del CNE en los comicios electorales, debido que la tecnología y medios han evolucionado, esto conlleva que las estrategias comunicativas se encuentren en constante cambio con la finalidad de ejercer un eficiente traslado de información. La entidad pública aún no ha llegado a los niveles de excelencia, puesto que se han detectado varias falencias, en cuanto a temáticas previas a las elecciones en la que consta el cambio de domicilio, el voto en casa, capacitaciones para los miembros de mesa, lo que provoca el desconocimiento o confusión por parte de la ciudadanía.

La comunicación efectiva es vital previo a las elecciones de Prefectos, Alcaldes, Concejales urbanos y rurales, miembros de las Juntas Parroquiales y del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, y para ello es necesario relacionarse con los diversos medios de comunicación para mayor alcance de la población, sean estos escritos, radiales, televisivos o plataformas digitales, puesto que son los encargados no solo de la reproducción de los mensajes por parte de los candidatos a las elecciones, sino también de los comunicados emitidos por parte del CNE a los ecuatorianos.

La situación problemática en cuanto a la relación con los medios de comunicación es la no utilización de los más relevantes a nivel nacional, debido que el CNE de la Provincia de Los Ríos al ser una sede delegada por la institución nacional no posee facilidad de acceso a los mismos, sino que está limitada a medios locales provinciales y por ende transmite los boletines informativos a través de sus propias plataformas digitales, las cuales no tienen un alcance masivo que impacte de forma positiva a la ciudadanía, denotando las debilidades de comunicación dentro de la institución.

Un claro ejemplo de la falta de estrategias de comunicación se evidencia en el proceso del voto en casa, recurso necesario para aquellos que no pueden movilizarse a sus lugares designados de votación de adultos mayores de cincuenta años en adelante o personas que poseen alguna discapacidad física superior al setenta y cinco por ciento, actividad que se realiza antes de la fecha oficial de elección para los ciudadanos preferentes al servicio. Este beneficio es comunicado de forma general por los medios de comunicación nacional; y a nivel provincial es responsabilidad de cada delegación generar contenido que otorgue claridad en el tema, para que las personas accedan a las facilidades que ofrece el CNE Los Ríos.

La preferencia del voto en casa al ser transmitida a través de boletines en su página web oficial y redes sociales Facebook y Twitter, no tienen impacto en aquellos que requieren de este servicio, debido que la gran mayoría de los adultos mayores y personas con discapacidad elevada no hacen uso de estas plataformas para informarse, situación que se evidenció en la cantidad de respuesta al comunicado, ya que solo cincuenta y cuatro personas accedieron a este servicio, número considerado bajo a nivel provincia, puesto que no se priorizó la utilización de la radio como medio de comunicación necesario para el aviso, siendo un medio muy conocido y de alto impacto en la Los Ríos, es decir que se requiere de varias formas de comunicación para alcanzar a toda la población en general.

2. Justificación

El presente estudio de investigación tiene la finalidad de analizar la comunicación estratégica del Consejo Nacional Electoral (CNE) de Los Ríos previo a las elecciones seccionales, debido a la importancia que posee la comunicación en los procesos electorales, puesto que la institución debe orientar a los ciudadanos sobre esta temática que se lleva a cabo en una fecha estipulada, además de que cada uno de los candidatos se dan a conocer y a su vez muestran sus propuestas a la ciudadanía a través de los diferentes medios dispuestos por el CNE y así ser electos.

El CNE al ser una institución pública requiere de constante comunicación con los usuarios de todo lo relacionado a sus actividades, uno de los casos más importante es la comunicación previo a los comicios electorales, debido a que debe entregar información veraz y útil de los procesos para facilitar su cumplimiento, por tanto las estrategias comunicativas utilizadas deben cooperar con el objetivo de instruir y dar a conocer a la ciudadanía el paso a paso de las elecciones nacionales, es por ello la pertinencia de la investigación, ya que al existir problemáticas en la fluidez de comunicación, los objetivos principales del CNE no se cumplirían, causando desinformación de temas relevantes para el país.

Las estrategias de comunicación del CNE se consideran de gran utilidad, porque permite evidenciar aciertos y falencias de los proyectos de comunicación sobre un tema de gran relevancia, puesto que se promocionan a los candidatos que tomaran las decisiones de un país, es por ello que la comunicación es esencial para fomentar la responsabilidad del ejercicio electoral. Además, el proyecto beneficia a la institución porque otorga una perspectiva de aporte para mejorar de forma continua esta variable en los futuros comicios, así también contribuye al conocimiento dentro de la comunicación, mostrando la importancia y la efectividad de las estrategias dentro de esta rama.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Analizar la comunicación estratégica del Consejo Nacional Electoral de Los Ríos previo a las elecciones seccionales.

3.2. Objetivos Específicos

- Conocer la importancia de la comunicación estratégica del Consejo Nacional Electoral de Los Ríos previo a las elecciones seccionales.
- Identificar los medios de comunicación utilizados por el Consejo Nacional Electoral de Los Ríos previo a las elecciones seccionales.
- Describir el proceso de comunicación usado por el Consejo Nacional Electoral de Los Ríos previo a las elecciones seccionales.

4. Líneas de Investigación

La línea de Investigación de la carrera que se relacionan al estudio investigativo con respecto a las estrategias de comunicación del Consejo Nacional Electoral previo a las elecciones seccionales es Gestión de la Comunicación y la sublínea Comunicación Pública, Organizacional y Política.

DESARROLLO

5. Marco Conceptual

Comunicación Estratégica

De acuerdo a la investigación de la autora Naranjo (2022), relacionada a un plan estratégico de comunicación, menciona que:

En términos generales la comunicación se define como la acción de transmitir un mensaje, la cual es realizada por el emisor y aquel que recibe dicha información es denominado receptor. Dentro del proceso comunicativo es necesario establecer pautas que para que el desarrollo de la misma se lleve a cabo de forma efectiva. En la actualidad se precisa establecer estrategias que aporten al desarrollo comunicacional, identificando a: los diferentes tipos de receptores, la forma de transmitir el mensaje, entre otros elementos importantes, puesto que con el avance de la tecnología y dentro de un mundo globalizado, se usan no solo palabras sino también símbolos vinculados al entorno, convirtiéndose en métodos apegados a la sociedad y cultura.

Por su parte los autores García, Reyna, & Sevilla (2022), expresan que:

La comunicación estratégica, está integrada y se alinea de forma general con todo tipo de empresas a nivel mundial, se considera un método para acceder a las personas y formar un vínculo con la finalidad de convertirlos en nuevos clientes y de esta forma alcanzar un posicionamiento dentro del mercado competitivo.

Aunque las estrategias de comunicación son mayormente utilizadas por las empresas comerciales, las organizaciones públicas también hacen uso de ellas, puesto que requieren dar a conocer de forma eficaz los procesos internos dentro de su administración, con el objetivo de forjar en las personas una imagen adecuada de aquellos que lideran el país, situación que se presenta en el Consejo Nacional Electoral.

Importancia

Para Gutiérrez (2022):

La comunicación estratégica se considera como una ventaja competitiva dentro de las organizaciones, porque su correcta aplicación implica un crecimiento competitivo, ya que es un recurso que impulsa la sostenibilidad de la empresa a través del tiempo; además de las ventajas que se añaden al momento de comunicar aspectos relevantes como sus cualidades, lo que ofrecen y el compromiso con el público.

Existen criterios puntuales relacionados a la comunicación estratégica, que denotan su importancia, tal como lo expresa la autora Naranjo, debido que la variable está ligada e influye en la consecución de los objetivos y aporta al crecimiento organizacional, por tanto, se requiere ejecutar líneas de acción coherentes al interés de las personas a las cuales se desea dirigir.

El manejo de las estrategias demanda esfuerzo y planificación previa para que la aplicación de la misma ocasione un resultado positivo en las empresas sean con o sin fines de lucro, es por ello que la comunicación desempeña un papel de vital relevancia, ya que su uso correcto generará resultados positivos, caso contrario la imagen de la institución ser afectada. (Naranjo, 2022)

Ventaja Competitiva de los Modelos de Comunicación

Los modelos de comunicación sean internos o externos solicitan de sistemas comunicacionales efectivos para obtener ventaja competitiva sobre la competencia dentro de un sector específico. Durante el diseño y planificación de los patrones conducción de información, se relacionan la gestión interna estratégica con la comunicación, en la cual se emplean herramientas que estén direccionadas al crecimiento de la entidad, para proyectar una imagen sólida de la empresa en la sociedad. (Gutiérrez, 2022)

La Comunicación Estratégica en Entidades Públicas

Para los autores Calle & Badía (2020), en su artículo denominado Comunicación Estratégica, clave para un Buen Gobierno, expone lo siguiente.

La comunicación dentro de las administraciones públicas es una prioridad en el ejercicio de sus actividades, debido que los ciudadanos demandan conocer el desarrollo interno de las actividades, los recursos invertidos y cuáles son sus derechos y obligaciones. La comunicación deja de convertirse en algo sencillo o de poca importancia y se transforma en un punto relevante, que conlleva a la interacción continua con la ciudadanía, es por ello que es necesario plantear estrategias de comunicación sostenibles durante los cambios culturales y tecnológicos, debido a que la globalización permite mayor eficacia en la comunicación efectuando un intercambio de pensamientos, conocimientos y opiniones, que son de aporte para el crecimiento organizacional.

Comunicación Institucional

En las instituciones sean estas públicas o privadas es necesario diseñar patrones de comunicación interna y externa; la comunicación interna es requerida para comunicar los planes, establecer correctas líneas de diálogo entre los colaboradores de las áreas de una empresa para conseguir la consecución de los objetivos. Mientras tanto la externa es aquella que está enfocada en la emisión de mensajes comprensibles y claros para acaparar la atención de un público en general. Para las organizaciones es necesario generar confianza dentro de un grupo de interés, es por ello que las estrategias comunicativas que se efectúen el desarrollo de las actividades lograrán un posicionamiento en la mente de las personas. (Gutiérrez, 2022)

Además, el mismo autor menciona que: “La proyección de la imagen institucional es un objetivo que persigue toda empresa y para ello implementa herramientas de comunicación que impacte en las personas; cuando se emplea de forma positivas, logran generar relevancia dentro el público objetivo” (p.37); en cada empresa con o sin fines de lucro; pública o privada, la comunicación institucional se direcciona en crear vínculo de confianza con los ciudadanos para mejorar su imagen y aceptación en las personas.

Comunicación Interna

De acuerdo a la investigación realizada por Claro, Ayala y Barros (2022), mencionan que:

La comunicación interna es un campo de estudio independiente, en crecimiento, que inició su auge en los años noventa del siglo XX. Desde una perspectiva estratégica, la comunicación interna permite “explorar vínculos entre cultura, comunicación y cambio

organizacional”. En la práctica, los profesionales definen la comunicación interna como una función integradora para la difusión de información y es parte de la gestión de las áreas de comunicación, recursos humanos y marketing. La comunicación interna es considerada como un “intercambio básico de información dentro de una organización” que permite distribuir información y construir relaciones en todos los niveles de la organización y es considerada como sinónimo de comunicación intraorganizacional, además, la comunicación interna es la que se da entre los líderes y los colaboradores, que son uno de sus públicos más importantes.

Por su parte Charry (2018), explica que:

La comunicación interna debe ser gestionada intencionalmente, es decir que se produzca con una previa planificación, para ello deberá tener objetivos y resultados claros y concretos. La comunicación interna debe ser una herramienta sistémica organizativa que permitirá ser más eficientes y efectivos. El comprender a la comunicación como un sistema transversal a la institución hace posible incluirla en una política institucional y no limitarla a algo meramente instrumental. La comunicación interna es el alma y espíritu de la organización. Es el sistema nervioso central de toda institución y organización. La inexistencia de una verdadera comunicación interna, la rumorología y el secretismo son otros de los inconvenientes con los que se tiene que lidiar en toda institución pública, lo que conlleva a desmotivar y generar conflictos entre los propios trabajadores.

Comunicación Externa

La comunicación externa es aquella que se base en emitir información a miembros de una comunidad o sociedad, es decir aquellos que no forman parte del grupo de trabajo de la empresa,

por tanto, es primordial establecer relaciones saludables con aquellos que dan el crecimiento de la empresa. Los autores Beltrán, Castro, Leal, & Samper (2022) mencionan que se deben cuidar aspectos básicos dentro de las organizaciones, por medio de la comunicación externa, estos son: imagen institucional, identidad y opinión pública.

- **Imagen institucional:** Es la percepción que poseen las personas con respecto a un nombre o a una marca, el cuidado de este aspecto es muy importante para el crecimiento de la misma, caso contrario una imagen negativa influye en la credibilidad de la empresa. (Cueva, 2022)
- **Identidad:** Cada organización debe identificarse de forma correcta ante la sociedad y mostrar sus bases, sus metas, lo que ofrece, a quien se dirige; particularidades que van definiendo su identidad dentro del mercado y de la competencia. (Espinoza & Yactayo, 2022)
- **Opinión Pública:** Es el criterio de uno o más individuos que se retransmite en un entorno personal o público, interfiriendo de forma significativa en el desarrollo empresarial; el criterio negativo o positivo de los ciudadanos, creará una perspectiva de la institución en aquellos que receptan los comentarios, por tanto, se debe cuidar la gestión de los medios de comunicación. (Civila & Aguaded, 2020)

Proceso de la comunicación de las organizaciones públicas

El autor Gutiérrez (2022) cita a Sotelo y manifiesta que:

- Primero es necesario conocer todo lo relacionado al acceso de la información que poseen los ciudadanos como derecho universal.

- Después se considera importante consolidar un entorno apropiado para efectuar la comunicación pública como parte del crecimiento social.
- Aumentar la participación de los ciudadanos en temas relacionados al gobierno.
- Concientizar la importancia de la comunicación y aceptar la responsabilidad como entidad pública.

Planificación de las estrategias de comunicación

De acuerdo a Zarta (2022), dentro de la investigación titulada “Los horizontes Disciplinarios de la Comunicación Estratégica Integral”, aporta lo siguiente:

En un plano general dentro de la gestión administrativa se desarrollan estrategias acordes a las necesidades de la empresa, el rubro que ejerce y el mercado objetivo; en este último apartado para acceder al grupo de interés es primordial establecer un método de comunicación para relacionarse con los mismos de forma efectiva, a través de la planificación, que no es más que el diseño de métodos y estrategias para conseguir una meta trazada en un determinado tiempo. Los planes se enmarcan dentro de la comunicación, para desarrollar mensajes que impacten en las emociones del grupo de interés mediante campañas, boletines, publicaciones, con la visión de generar una fidelización al nombre de la empresa y así crecer competitivamente.

En el plano de las entidades públicas la comunicación externa posee mayor complejidad, puesto que los ciudadanos receptan de forma negativa los anuncios dados por el gobierno, debido a la mala imagen institucional, es por ello que los métodos y herramientas comunicacionales deben ser diseñados de forma transparente, precisos y claros; estrategias que otorguen a los ciudadanos la confianza de lo transmitido por la entidad pública.

Herramientas de la comunicación estratégica

La autora García (2022) en el estudio realizado de los usos de las tecnologías de la Información en Comunicación Estratégica para la Innovación Social, aporta que:

Las herramientas estratégicas forman parte de la excelencia comunicacional, en donde cada uno de los integrantes o responsables de diseñar los planes de difusión emplean mecanismos que beneficien de forma directa a las empresas, creando mensajes enmarcados a los principios que se quiere presentar a un público objetivo, con el aporte del uso de las tecnologías, como parte del proceso de posicionamiento de la marca. Los elementos de contribución se relacionan con tres ejes principales, la comunicación interna, la vinculación con las personas, y la gestión total con los medios que difunden los mensajes generando impactos positivos de la organización.

Esta propuesta direccionada al sector público, requiere igual énfasis en la necesidad de comunicar de forma efectiva las temáticas gubernamentales para la comunidad, usando correctamente los recursos digitales.

Gestión de medios de comunicación

Los medios de comunicación forma parte esencial del canal de transmisión de contenido, ya que sin ellos el mensaje no llegará a los receptores. En la actualidad los medios han variado y con el avance de la tecnología existe el posicionamiento de unos y la desestimación de otros, por tanto, la administración y actualización en las plataformas digitales es para las empresas una de las estrategias más efectivas para dar a conocer sus propuestas, ofertas, diseño empresarial. (Romero, Benites, Fuentes, & Rafael, 2018)

El estudio de la población en general estimula que las empresas se dirijan de forma correcta a su público objetivo, pero no solo para las empresas comerciales sino también gubernamentales, quienes deben impulsar el vínculo con la sociedad por medio de las diferentes plataformas de comunicación, con el fin de abarcar a la mayor parte de los ciudadanos, porque a diferencia de las empresas privadas que poseen un sector determinado, las públicas deben darse a conocer a todos los ciudadanos del país desde los adolescentes, hasta los adultos mayores, es por ello que la administración de información es variada y distribuida en diferentes medios como radio, televisión y redes sociales, abarcando así a personas de todas las edades. (Paladines, Yaguache, & Altamirano, 2015)

Institución Pública

Las instituciones públicas son aquellas que se dedican a diseñar planes, aplicar proyectos y mejorar las situaciones problemáticas dentro de un país. Estas organizaciones son dirigidas por personas elegidas por la población por medio de elecciones y también por el nombramiento de autoridades superiores que poseen la autoridad para hacerlo. Se encuentran diversificadas en varios sectores dependiendo de su actividad, pero con el mismo objetivo de contribuir al país. (Salas, 2011).

Una principal característica que poseen las instituciones públicas es que deben comunicar de forma periódica cada una de los proyectos realizados, los recursos financieros utilizados y también dar a conocer los cambios o los planes futuros para el país o un sector determinado, comunicación que es de vital importancia para las organizaciones, puesto que requieren de interacción constante con la ciudadanía. (Stortini, 2020)

Consejo Nacional Electoral

Conocido por sus siglas CNE forma parte de las instituciones públicas del Ecuador, cuyo objetivo es velar y dar a conocer todo lo relacionado con las elecciones sectoriales, previo y posterior de esta.

Al poseer un trabajo extenso la sede nacional quien es la encargada de suministrar recursos, información, planes y diseños en todo el país, cuenta con delegaciones en las veinticuatro provincias del país, con la finalidad de realizar un trabajo mancomunado que agilite los procesos internos y dé a conocer con prontitud la información de las elecciones a los ciudadanos del país. Uno de los objetivos principales del CNE delegación Los Ríos es manifestar todo lo referente a los procesos internos de la institución y lo más importante mostrar el proceso de los comicios electorales del país, con la finalidad de transparentar la elección de aquellos que liderarán al país. (CNE Los Ríos, 2023)

Estrategias de comunicación previo a las elecciones sectoriales

La institución se encuentra dividida por departamentos y entre ellos se encuentra el de comunicación, que se encarga del proceso comunicativo para dar a conocer los mecanismos de acceso de información a la ciudadanía y suplir las necesidades de conocimiento a las elecciones sectoriales de cada periodo, que son el eje principal del Consejo Nacional del Ecuador. La planificación interna dentro del departamento de comunicación es esencial para suplir la demanda de información, para lo cual se establecen estrategias de continuidad y repetición de información, para que las personas conozcan los diversos planes a efectuarse dentro del país. (CNE, 2023)

6. Marco Metodológico

6.1 Tipo de Investigación

El caso de estudio emplea estrategias eficaces que aportan de forma significativa a la investigación. De acuerdo a la naturaleza de información se escoge la investigación cualitativa, puesto que se analiza la variable estrategia de comunicación del CNE Los Ríos.

6.2 Método

El método a utilizar con respecto a las estrategias de comunicación del CNE es el analítico, puesto que a partir de la información recabada se procede al procesamiento de datos, para posterior análisis y de esta forma generar conclusiones precisas referentes a la variable de expuesta.

6.3 Técnicas

El caso de estudio emplea técnicas eficaces para obtener resultados claros, es por ello que se utiliza la entrevista que recaba información específica, en conjunto con la observación del contenido presentado por el CNE.

6.4 Instrumentos

- **Cuestionario de Entrevista:** consta de preguntas específicas, direccionadas a la jefa del departamento de comunicación del CNE, para conocer el proceso de comunicativo que se lleva a cabo previo a los comicios electorales.
- **Ficha de Análisis de Contenido:** instrumento pertinente al estudio, que permite observar el contenido presentado por el CNE, en el cual se detalla información de gran importancia para la ciudadanía, ya que informa temas relevantes de los procesos previos a las elecciones del país.

7. Resultados

7.1 Resultados de la Entrevista

Tabla 1

Aspectos Relevantes

	Cuestionamientos	Aspectos Relevantes
1	¿Cuál es el principal objetivo del departamento de Comunicación del CNE de Los Ríos?	Brindar a la ciudadanía información necesaria para que se mantengan informados a través de nuestras paginas oficiales como son redes sociales, a la ciudadanía sobre los procesos electorales que se manejan dentro de la delegación y a nivel nacional,
2	¿Considera Usted que este objetivo es cumplido, sí o no y por qué?	Claro que sí, matriz nos entregan nuestras directrices a las 24 provincias a nivel nacional y nosotros por ende tenemos que dar cumplimiento a las mismas para llevar a la ciudadanía una mayor información y que se encuentren por los canales oficiales bien informados y así contra restar la mala desinformación que hay.
3	¿Cuál es el proceso de comunicación que desarrolla el CNE para dar a conocer a los ciudadanos las actividades a realizar en las elecciones?	Manejamos canales de boletines, videos, también plataformas de redes sociales o a través de entrevistas dadas por nuestro director que es el encargado y la voz oficial de la delegación, por medio de estos informamos a la ciudadanía todos los acontecimientos previos a un proceso elector y post a un proceso electoral.
4	¿Cuál es el medio o plataforma más utilizado por el CNE de Los Ríos y por qué?	Dentro de la delegación nos mantenemos por los canales de Facebook y Twitter son los más utilizados porque la ciudadanía es la que mejor conoce y mantiene este tipo de canales, también tenemos los canales de comunicación como son radio, televisión y también por medio de entrevistas por el director de la delegación.
5	¿Considera que los procesos de comunicación para dar a conocer temas relevantes previo a las elecciones tienen un alcance significativo en la ciudadanía?	Claro que sí, tienen un alcance mayor cada vez que se activa un proceso electoral seccional o en los presidenciales tenemos un alcance extraordinario porque la ciudadanía comienza a indagar a revisar nuestras páginas en el cual ellos se mantienen informados.

Elaborado por: Apraez Dayanna,2023

Fuente: Entrevista realizada a la Jefa del Departamento de Comunicación de CNE Los Ríos

7.2 Resultados de la Ficha de Análisis de Contenido

Tabla 2

Reacción de los usuarios de Twitter

Orden	Tema de Publicación	Alcance	Me gusta	Retweet
1	Simulacro electoral	93	6	6
2	Dignidades a elegirse	63	6	3
3	Votación Telemática	168	6	9
4	Mecanismo de acceso al voto	155	4	7

Elaborado por: Apraez Dayanna,2023

Fuente: Cuenta oficial de Twitter del CNE Los Ríos´

Tabla 3

Reacción de los usuarios de Facebook

Orden	Tema de Publicación	Me gusta	Comentarios	Compartido
1	Ley Seca	15	0	6
2	¿Cómo sufragar?	8	0	3
3	Horario de Sufragio	10	1	3
4	Sanciones a los miembros de la Junta Receptora del voto por incumplimiento	9	1	3

Elaborado por: Apraez Dayanna,2023

Fuente: Cuenta oficial de Facebook del CNE Los Ríos

8. Discusión de Resultados

En el estudio realizado al Consejo Nacional Electoral (CNE) delegación de Los Ríos con respecto a la comunicación estratégica, se evidencia una serie de resultados obtenidos, a través de la aplicación de técnicas e instrumentos investigativos. Uno de los aspectos relevantes hallados se encuentra dentro del objetivo principal del CNE, puesto que al ser una institución pública que requiere de una constante interacción con la ciudadanía, la comunicación juega un rol primordial para la entidad, es por ello que una de sus metas es mantener a los ciudadanos informados de cada una de las actividades que efectúan.

El proceso de noticia del CNE delegación los Ríos debe cumplir con los objetivos planteados y generar información de forma constante, directa, entendible para los usuarios, y para el cumplimiento del mismo poseen un proceso de comunicación organizado y establecido por el CNE central, quien es el encargado de diseñar las temáticas a exponer a la ciudadanía, a través de presentar información sincronizada con cada una de las delegaciones provinciales, este diseño y organización son elementos primordiales el cumplimiento de las metas de la institución.

De acuerdo con la entrevista realizada a la jefa del departamento de comunicación del CNE delegación Los Ríos, se conoció que los canales para el traslado de información son la radio, la televisión, y también las plataformas digitales Facebook y Twitter, estas últimas con mayor frecuencia de uso, ya que según el criterio emitido son las conocidas por la ciudadanía; es por ello que se ejerció una observación directa de publicaciones aleatorias efectuadas por estos medios y de esta forma conocer las interacciones de la entidad pública y los usuarios, además del alcance y el impacto en la ciudadanía de la provincia de Los Ríos.

Uno de los puntos a considerar dentro de la investigación es el impacto de la información en la ciudadanía, la cual se mide por la respuesta a la información, sus reacciones y comentarios de la misma. En la plataforma digital Twitter la cantidad de seguidores es de tres mil ciento cincuenta y dos seguidores y en Facebook posee diecisiete mil seguidores, es decir que posee mayor alcance la cuenta del CNE delegación Los Ríos en Facebook, ya que este es más popular entre las personas del Ecuador.

Las publicaciones de los boletines, en este caso específico datos relevantes previo a las elecciones del país, se observó que el nivel de respuesta de la ciudadanía es bajo en ambas plataformas digitales. En Twitter se eligieron publicaciones aleatorias de temas específicos, en la cuales se identificó que la información presentada posee un alcance de entre cincuenta y ciento cincuenta personas, pero que a su vez no existe respuesta positiva de los mensajes emitidos por la entidad, por ejemplo con respecto a la temática de las dignidades a elegirse, tuvo un alcance de sesenta y tres personas, pero que a su vez solo obtuvo seis me gusta y fue retuiteado solo tres veces, es decir que el índice de reproducción es deficiente al igual que el nivel de aceptación por parte de los usuarios.

El análisis de datos revela que la ciudadanía no reacciona de forma masiva a la información emitida por el CNE Los Ríos. Por su parte dentro de la plataforma de Facebook se repite el deficiente nivel de respuesta de la ciudadanía en las publicaciones previas a la elecciones 2023; por ejemplo, respecto a la temática de las sanciones a los miembros de la Junta Receptora del Voto que incumplan con su deber, esta información obtuvo nueve me gusta, un comentario el cual fue negativo y fue tres veces compartida, por su parte el boletín que expresa sobre la ley seca obtuvo 15 me gusta, cero comentarios y seis veces fue compartido, denotando bajo niveles de respuesta con respecto a la cantidad de seguidores que posee la institución y relevancia del tema.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9. Conclusiones

- Los recursos utilizados por el CNE Los Ríos son variados y la organización para mantener a los ciudadanos informados es correcta, debido al cumplimiento de los planes de trabajo diseñado por el CNE a nivel nacional. La comunicación constante permite que los ciudadanos obtengan la información actualizada y de primera mano, demostrando que la variable de estudio cumple un rol fundamental dentro del CNE, puesto que su objetivo principal es mantener informada a la ciudadanía de los procesos que se llevarán a cabo dentro del país.
- Los medios utilizados por el Consejo Nacional Electoral son: radio, televisión nacional donde se presentan las ruedas de prensa o comunicados oficiales de un tema relevante; y también las plataformas digitales como Facebook y Twitter. Previo a las elecciones 2023, las publicaciones no obtuvieron interés y notabilidad para la ciudadanía, puesto que las interacciones son escasas y no existe respuesta a la información entregada por estos medios, siendo una situación negativa para la institución pública.
- El proceso de comunicación usado por el CNE Los Ríos es diseñado por la sede nacional y consta de boletines diarios de temáticas específicas. La actividad es desarrollada dentro del departamento de noticia, para posterior difusión en los medios descritos anteriormente. El aviso termina cuanto la información es publicada, es decir que no existe un seguimiento de las publicaciones, interacciones con los ciudadanos; lo cual evidencia deficiencias en la comunicación puesto que no se efectúan estrategias de mejoras para lograr un alcance significativo en la ciudadanía.

10. Recomendaciones

El estudio investigativo realizado sobre la comunicación estratégica del Consejo Nacional Electoral Los Ríos permitió conocer los aciertos y las falencias con respecto a esta variable, es por ello que se establecen varias recomendaciones relacionadas a los hallazgos detectados.

- La importancia de la comunicación estratégica dentro del CNE es evidente, ya que es una institución que informa a la ciudadanía de los derechos y obligaciones que deben desempeñar previo a las elecciones del país, pero al no poseer un impacto favorable masivo en la comunidad rósense, se requiere diseñar planes estratégicos de engagement para establecer vínculos con los usuarios, y de esta forma las publicaciones no pasen desapercibidas.
- Al ser Facebook y Twitter las plataformas más utilizadas por el Consejo Nacional Electoral para la difusión de información relevante con respecto a los procesos previos a las elecciones del país, se requiere establecer nuevas estrategias de comunicación, en la cual no solo se añada a las publicaciones la página web de la institución, sino también presentar espacios de diálogos con los ciudadanos, dar respuesta a los comentarios sean estos positivos o negativos como un método para relacionarse con la ciudadanía.
- Dentro del proceso de comunicación del CNE Los Ríos, se requiere impulsar a cada uno de colaboradores de la entidad para que estén involucrados en la difusión de la información y así evitar esta deficiencia, puesto que al ser información relevante se solicita de la participación activa de todos los miembros pertenecientes a la entidad, con la finalidad de crear una comunidad que responda a las inquietudes generadas por los usuarios y no solo haya un despunte de interacción posterior a las elecciones sino también previo a ellas.

REFERENCIAS Y ANEXOS

11. Referencias

Beltrán, A., Castro, K., Leal, J., & Samper, A. (2022). Comunicador Estratega Integral: un entrenamiento de acciones directivas, consejeras y gerenciales en el desarrollo de consultorías a Pymes. *Revista Mediaciones*, 28(18), 43-58.

Calle, S., & Badía, T. (2020). Comunicación Estratégica, clave para un Buen Gobierno. *Revista Alcance*, 9(22), 78-94.

Civila, S. R., & Aguaded, I. (2020). El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. *Revista Íconos*, 67(1), 139-157.

CNE. (17 de Marzo de 2023). Elecciones Seccionales, CPCCS y Referéndum 2023. Obtenido de Consejo Nacional Electoral: <https://www.cne.gob.ec/elecciones-seccionales-2023/>

CNE Los Ríos. (17 de Marzo de 2023). Historia de la Función Electoral. Obtenido de Consejo Nacional Electoral: <https://www.cne.gob.ec/historia-de-la-funcion-electoral/>

Cueva, N. (2022). Las empresas y organizaciones necesitan reinventarse para dar respuesta a los retos de un entorno marcado por la economía digital. *Revista ComHumanitas*, 13(2), 62-68.

Espinoza, G., & Yactayo, R. (22 de Septiembre de 2022). La comunicación interna y su aporte en la imagen corporativa de CAFAE PJ en el primer periodo del 2022. Tesis de Pregrado. Lima, Perú: Editorial Universitaria.

García, C., Reyna, E., & Sevilla, N. (2022). Estrategias de comunicación para lograr confianza y fortalecer la imagen de las organizaciones no lucrativas (Ong), caso de estudio: MaprovisadA.C. *Revista Ciencia Latina*, 6(6), 6906-6929.

García, S. (2022). Usos de las Tecnologías de la Información en Comunicación Estratégica para la Innovación Social. *Revista Mediaciones*, 28(18), 21-41.

Gutiérrez, R. (2022). El papel de la Comunicación Estratégica como un factor de Ventaja Competitiva para la Organización. *Revista Científica Anfibios*, 5(1), 36-44.

Naranjo, P. (18 de Octubre de 2022). Plan Estratégico de Comunicación para fortalecer el posicionamiento y la imagen pública del Instituto Nacional de Biodiversidad (INABIO) ante sus públicos objetivos externos durante el 2022 – 2023. *Tesis de Maestría*. Quito, Pichincha, Ecuador: Editorial Universitaria.

Paladines, F., Yaguache, J., & Altamirano, V. (2015). Gestión de la comunicación estratégica en las organizaciones: enfoque ecuatoriano e internacional. *Revista Razón y Palabra*(92), 1-32.

Romero, V., Benites, J., Fuentes, A., & Rafael, L. (2018). El Posicionamiento en Redes Sociales de las Instituciones Públicas del Ecuador. *Revista Ecociencia*, 5(18), 2-23.

Salas, C. (2011). Estado del arte de la nueva comunicación estratégica en Iberoamérica y Colombia. *Revista Signo y Pensamiento*, 31(59), 234-346.

Stortini, G. (2020). Las Relaciones Públicas y la formación en valores. *Revista ComHummanitas*, 11(2), 1-30.

Zarta, R. (2022). Los Horizontes Disciplinarios de la Comunicación Estratégica Integral. *Revista Mediaciones*, 28(18), 147-159.

12. Anexos

Anexo 1 Modelo de Entrevista



ENTREVISTA DIRIGIDA A LA JEFA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DEL CNE LOS RÍOS

El presente cuestionario será utilizado para la realización del caso de estudio “La comunicación estratégica del Consejo Nacional Electoral de Los Ríos”. La información que se sirva aportar será manejada con tal confidencialidad y de gran valor para el enriquecimiento de este estudio.

1. ¿Cuál es el principal objetivo del departamento de Comunicación del CNE de Los Ríos?


2. ¿Considera Usted que este objetivo es cumplido, sí o no y por qué?


3. ¿Cuál es el proceso de comunicación que desarrolla el CNE para dar a conocer a los ciudadanos las actividades a realizar en las elecciones electorales?

4. ¿Cuál es el medio o plataforma más utilizado por el CNE de Los Ríos y por qué?

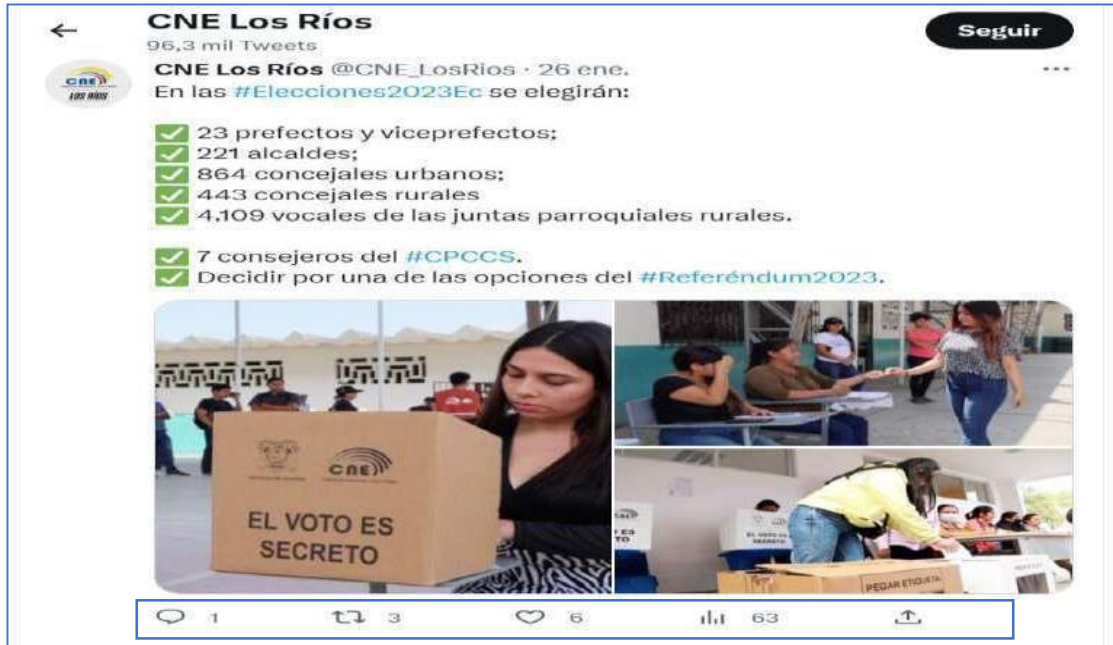
5. ¿Considera usted que los procesos de comunicación para dar a conocer temas relevantes previo a las elecciones tienen un alcance significativo en la ciudadanía, sí o no y por qué?

Anexo 2 Fichas de Análisis de Contenido

Red Social: <i>Twitter</i> 					
Cantidad de seguidores: 3.153					
Cuenta Oficial: @CNE_LosRíos					
Fecha de Publicación:	Tema de la Publicación	Reacciones			
		Alcance	Me gusta	Retweet	Comentarios
25-01-23	Simulacro electoral	93	06	06	0
26-01-23	Dignidades a elegirse	63	06	03	01
27-01-23	Votación Telemática	168	06	09	0
04-02-23	Mecanismo de acceso al voto	155	04	07	0

Red Social: <i>Facebook</i> 				
Cantidad de seguidores: 17.000				
Cuenta Oficial: <i>Delegación Provincial Electoral Los Ríos</i>				
Fecha de Publicación:	Tema de la Publicación	Reacciones		
		Me gusta	Comentarios	Compartir
02-02-23	Ley Seca	15	0	06
02-02-23	¿Cómo sufragar?	08	0	03
04-02-23	Horario de Sufragio	10	01	03
04-02-23	Sanciones a los miembros de la Junta Receptora del voto por incumplimiento	09	01	03

Anexo 3 Captura de las Publicaciones



Publicación #1 Dignidades a elegirse

Fuente: Cuenta oficial de Twitter del CNE Los Ríos



Publicación #2 Simulacro electoral

Fuente: Cuenta oficial de Twitter del CNE Los Ríos




Publicación #3 Votación Telemática

Fuente: Cuenta oficial de Twitter del CNE Los Ríos



Publicación #4 Mecanismo de acceso al voto

Fuente: Cuenta oficial de Twitter del CNE Los Ríos



 Delegación Provincial Electoral Los Ríos
2 de febrero · 🌐

📢 Durante el periodo de #LeySeca, queda prohibida la venta, distribución y consumo de bebidas alcohólicas, quienes infrinjan la normativa serán sancionados con una multa de \$225.
#EcuadorVota2023 🇪🇨

LEY SECA

Desde **12:00** Viernes 3 | Hasta **12:00** Lunes 6
Febrero 2023

LEY SECA

  la inobservancia a esta prohibición será sancionada

LEY SECA

con una multa equivalente a **\$225** a quienes excedan o consuman bebidas alcohólicas

👍 15 🗨️ 6

👍 Me gusta 🗨️ Comentar

Publicación #1 Ley Seca

Fuente: Cuenta oficial de Facebook del CNE Los Ríos

 Delegación Provincial Electoral Los Ríos
2 de febrero · 🌐

Aquí te informamos la forma correcta de sufragar en el #Referendum2023 🇪🇨
#VotoInformadoEc 🇪🇨

¡RECUERDA!
SI MARCAS LAS DOS OPCIONES
POR CADA PREGUNTA





👍 8 🔄 3 veces compartida

👍 Me gusta 🗨️ Comentar 🔄 Compartir

Publicación #2 ¿Cómo votar?

Fuente: Cuenta oficial de Facebook del CNE Los Ríos



Publicación #3 Horario de Votación

Fuente: Cuenta oficial de Facebook del CNE Los Ríos



Publicación #4 Sanciones a los miembros de la JRV por incumplimiento

Fuente: Cuenta oficial de Facebook del CNE Los Ríos

Anexo 4 Evidencia Fotográfica



Nota: Revisión del caso de estudio por parte de la tutora Msc. Cumandá Campi Cevallos.