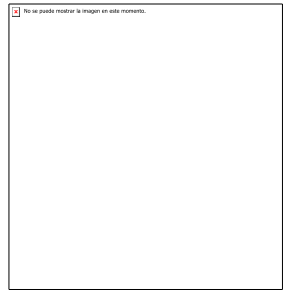


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE



LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

LAS RELACIONES PÚBLICAS COMUNITARIAS DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO Y SU INTERACCIÓN
SOCIAL EN EL CANTÓN QUEVEDO. 2022

AUTOR:

KETTY RAQUEL GAROFALO HERRERA

TUTOR:

Lcdo. COSTABALOS ACOSTA LUIS REYNALDO

QUEVEDO – ECUADOR

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación primeramente a dios porque él guía mi camino y siempre está conmigo en cada momento de mi vida y por permitirme tener la fuerza para culminar mis estudios.

A mis padres por su ayuda incondicional y sacrificios en ayudarme a tener la oportunidad de estudiar una carrera universitaria y gracias a ellos por el amor y la paciencia a lo largo de toda mi vida.

Gracias a mis hijos por ser mi fuente de inspiración mi pilar fundamental quiénes han llegado a este mundo para cambiar mi vida a mis maestros que a lo largo de esta carrera me ayudaron con sus consejos también dándonos un ejemplo de vida para seguir adelante y por sus enseñanzas gracias a todos ellos hoy puedo decir que saldré adelante para culminar mis estudios.

RESUMEN

Es la base que posibilita la convivencia entre las personas, partiendo desde este punto la presente investigación tiene como finalidad verificar todo sobre las relaciones públicas. La sostenibilidad de un proyecto, pasa necesariamente por el nivel de relacionamiento que se tenga con el entorno social, es por eso que la importancia de las relaciones comunitarias va más allá del factor económico, su importancia radica en el hecho de desarrollar un vínculo más factible con la comunidad y conocer lo que ellos esperan la institución ante los impactos que se establecieron. De esa forma poder desarrollar estrategias que permitan crear valor para todas las partes y con visión de desarrollo conjunto. A fin de también promover el desarrollo sostenible y lograr la viabilidad social de la actividad minera. 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 la institución que aplica de manera empírica los estudiantes mejorando sus relaciones con las autoridades ya que entre ambos se necesitan mutuamente para el desarrollo del progreso social y el mejoramiento.

Palabras Claves: Planificación, Empírico, Relaciones Comunitarias, Bienestar

ABSTRACT

Communication is the basis that enables coexistence between human beings, starting from this point the present investigation focuses on investigating the communicational analysis of public relations, today there is a bad relationship in terms of communication between students and the authorities especially from the student welfare sector, accusing each other of a lack of planning, organization, interest in the common welfare and in extreme cases giving priority to closing all possibilities of creating a dialogue improving relations between both parties. It is necessary for the researcher to deepen and apply his knowledge, allowing the establishment of methods and strategies with the aim of having excellent internal and external communication, counting on the weakness of the University that empirically applies the media in this way they will benefit students improving their public relations with the authorities since both need each other for the development of social progress.

Keywords: Planning, Empirical, Public Relations, Well-being

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
INTRODUCCION	8
I. Planteamiento Del Problema	10
1.1 Descripción de la Situación Problemática.	10
1.2 Formulación del Problema.	11
1.2.1 Problema General.	11
1.3 Justificación	12
1.4 Objetivos de la Investigación.	14
1.4.1 Objetivo General.	14
1.4.2 Objetivos Específicos.	¡Error! Marcador no definido.
II. FUNDAMENTACION TEORICA	14
2.1 Marco Teórico y Teoría Sustantiva.	14
2.2 Definición de Términos Básicos.	14
2.2.1 ¿Las Relaciones Publicas?	14
2.2.2 Tipos de relaciones publicas comunitarias.	15
2.2.3 Objetivo de las relaciones Publicas.	17
2.2.4 Las relaciones publicas en la educación.	18
2.2.5 ¿Qué es la Interacción Social?	19

2.2.6	¿Cuáles son los modos de interacción social?.....	20
2.2.7	¿Cuáles son las categorías de la Interacción Social?	21
2.3	Hipótesis de la Investigación.	¡Error! Marcador no definido.
2.3.1	Hipótesis General.....	¡Error! Marcador no definido.
III.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	22
3.2	Tipos de Investigación.	22
3.2.1	Investigación Documental – Bibliográfica.....	22
3.2.2	Investigación Descriptiva.	23
3.2.3	Técnicas de Investigación.	23
3.2.4	Instrumentos.....	23
3.3	Población y Muestra.....	24
3.3.1	Población.....	24
3.3.2	Muestra.	24
3.4	Situaciones Detectadas.	25
3.5	Soluciones Planteadas.	26
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	27
4.1	Conclusiones.	27
4.2	Recomendaciones	28
V.	BIBLIOGRAFÍAS	29
VI.	ANEXOS.....	32

LAS RELACIONES PÚBLICAS COMUNITARIAS DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO Y SU INTERACCIÓN
SOCIAL EN EL CANTÓN QUEVEDO 2023.

INTRODUCCION

Esta investigación se plantea con la finalidad de saber sobre Las relaciones publicas comunitarias de la Universidad Técnica de Babahoyo “Extensión Quevedo” y su interacción social en el Cantón Quevedo 2023.

Este es uno de los casos especiales de procesamiento experiencial que es muy útil para comprender el significado que los estudiantes pueden atribuir a las interacciones sociales públicas, como las tareas, el comportamiento de los compañeros, las actitudes de los sujetos; la investigación es esencial para comprender la reflexión y el logro.

La mayoría representan la mejor experiencia en vista al conocimiento sobre las relaciones públicas de un estudiante de la Universidad Babahoyo Quevedo, no solo compartimos conocimientos, sino que también tenemos una buena interacción social con compañeros de la misma universidad que desarrollamos internamente. Por tanto, las relaciones entre jóvenes de la misma edad ayudan a integrar opciones de valores expresadas en la interacción comunicativa.

Las relaciones comunitarias se refieren a las diversas formas que utilizan las empresas para asegurar y mantener relaciones mutuamente beneficiosas con las comunidades en las que operan.

La creación de una estrategia de relaciones públicas es quizás la actividad de comunicación organizacional más importante, pero a menudo se pasa por alto. En el clima actual de desconfianza pública, obtener la aprobación pública se ha convertido en una preocupación importante para la mayoría de las empresas. Sin embargo, se alienta a los gerentes a abrir programas de relaciones comunitarias en áreas relacionadas.

El mundo de las relaciones públicas, cada empresa asume nuevas responsabilidades distinguirlo de las operaciones internas y externas de los competidores. Permite que la teoría, la estrategia y la práctica se entrelacen con un propósito de consolidar y mantener canales de comunicación para generar comprensión, aceptación, cooperación, memoria y reputación lo que el público espera.

Las relaciones públicas son un nuevo proceso funcional en el mundo cambiante de hoy, las conexiones son esenciales, entre diferentes grupos objetivo con el que se sientan para una adecuada operación y mantenimiento buenas relaciones públicas. Proporciona conocimiento de las actividades internas de relaciones públicas mecanismo.

I. Planteamiento Del Problema

1.1 Descripción de la Situación Problemática.

Las instituciones viven en armonía no obstante surge la necesidad de relacionarse y comunicarse con sus diferentes estudiantes. Las relaciones públicas comunitarias están orientadas a mejorar y mantener las buenas relaciones entre los estudiantes internos y externos; una correcta dirección de estas relaciones permitirá el éxito de las organizaciones, instituciones, empresas, diferentes entidades etc.

Las instituciones de aprendizajes conviven en armonía, pero es necesario llegar y conectarse con diferentes audiencias en este caso nos referimos a la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo. Las relaciones públicas comunicacionales representan un objetivo, es mejorar y mantener buenas relaciones entre la comunidad interno y externo; la dirección correcta de esta relación traerá éxito organismos, instituciones, empresas, entidades diversas, etc., con el fin de tener una buena interacción social con cada uno de los representantes e integrantes de los estudiantes.

Las relaciones públicas son el impacto social nos encontramos con un equipo multidisciplinario con especialistas de una gran amplia experiencia en estrategias de comunicación también tuvimos una coordinación de asuntos públicos y análisis políticos ayudando a nuestros compañeros buen discurso.

Para tener una buena relación en sectores públicos privados avanzar sus proyectos en la vida de ellos ya que a través de las relaciones públicas comunitarias en la interacción social acompañamos a nuestros compañeros en el desarrollo y posicionamiento para obtener una buena relación pública es necesario estar interesado en construir un vínculo con líderes que representen una marca que tengan una buena relación social ambiental cultural para generar nuevos conocimientos estratégicos para actuar en cualquier medio

La Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo conversando con alumnos de cómo están equipados para un manejo de crisis cuando ocurre una emergencia hay una necesidad inmediata por comunicar el impacto social desarrollamos planes de comunicación para prevenir y reaccionar.

De manera adecuada ante una crisis y acompañamos a nuestros compañeros en los momentos más complicados nuestra institución a través de una respuesta oportuna precisa adecuada eficaz durante una emergencia también diseñamos programas de ayuda social programas de entretenimiento y programas de necesidades específicas de cada uno de nuestros compañeros también la interacción social es la más específica ideal idónea para el aprendizaje.

1.2 Formulación del Problema.

1.2.1 Problema General.

- ¿Cómo las relaciones públicas comunitarias de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo tienen una interacción social en el Cantón Quevedo 2023?

1.3 Justificación

Los espacios públicos están tradicionalmente asociados al rol del Estado, pero la realidad actual en nuestra región requiere de la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos, los procesos de toma de decisiones y la implementación de estas decisiones, y es de esta manera que los espacios públicos funcionan como territorios. participación cívica y comunitaria.

En este contexto, la universidad es vista como una institución social referencial y asociada que juega un papel protagónico en la construcción de relaciones con las sociedades a las que pertenece, con el objetivo de configurar nuevas formas de expresión de la sociedad en relación con los objetos y espacios, etc.

El compromiso social en la educación debe impulsar acciones para transformar instituciones y sociedades verdaderamente democráticas, y para hacerlo, deben integrarse a su contexto inmediato y convertirse en agentes de cambio desde la perspectiva del ciudadano social, lo que necesariamente implica perspectiva. participación inclusiva Juntos como centro de construcción de convivencia local.

En definitiva, la cooperación activa entre instituciones de educación superior no es más que una consideración ética para una educación de calidad, que requiere el desarrollo de valores desde la convivencia con la sociedad como forma más coherente de dar sentido al concepto de responsabilidad universitaria. Colaboración que permite la

coordinación y la fijación del contexto en el que se produce. Este debería ser el objetivo principal de la educación democrática, que obligue a todos a considerar y responder a las demandas de la sociedad.

De acuerdo con lo anterior, el éxito de las políticas participativas y de base, especialmente la Ley de Servicio Comunitario de Estudiantes de Educación Superior, depende de la posibilidad de una identidad colectiva que permita la movilización de los miembros de la comunidad para buscar soluciones conjuntas con la comunidad universitaria.

Basado en la conciencia de la condición humana, el proceso educativo es esencial porque reconoce la necesidad de desarrollar habilidades universales que van más allá del ámbito del conocimiento y la razón. Su formación debe ir más allá del ámbito cognitivo e incluir procesos de sustancia moral. Es decir, dada la complejidad de la práctica debido a la diversidad cultural y la diversidad de individuos y entornos, es recomendable internalizar los principios éticos institucionales y los valores que los sustentan para desarrollar futuros líderes.

Para revelar la idea de comportamiento ético en una institución educativa universitaria es necesario hacer referencia a las premisas en las que se desenvuelve, las cuales enmarcan siempre las acciones humanas con un fin social; por tanto, las actitudes necesarias para alcanzar las metas son actitudes éticas; Hoy en día, estas actitudes se adaptan en el contexto de la ética cívica, donde los miembros de cada organización y sociedad se convierten en interlocutores eficaces para la acción.

1.4 Objetivos de la Investigación.

1.4.1 Objetivo General.

- Determinar el impacto en las relaciones públicas comunitarias de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo y su interacción social en el cantón Quevedo 2023.

II. FUNDAMENTACION TEORICA

2.1 Marco Teórico y Teoría Sustantiva.

2.2 Definición de Términos Básicos.

2.2.1 ¿Las Relaciones Publicas?

Son una variedad de formatos que dan a crear un conjunto de actividades de comunicación estratégica. Su objetivo es lograr resultados utilizando herramientas de investigación y métodos de comunicación.

Son comunicaciones corporativas diseñadas para presentar una imagen clara y transparente. Las actividades de esta disciplina también cuentan con la confianza de la sociedad externa (clientes, proveedores, medios, accionistas, potenciales y reales) y de la sociedad interna (todos los miembros de la empresa). Los empleados de comunicación

interna deben interiorizar la cultura empresarial y estar motivados por la situación de la organización, su papel es muy importante para el reconocimiento y la popularidad de la marca.

También entendemos relaciones públicas: actividades y técnicas de comunicación, habitualmente impulsadas por la dirección de la empresa, que tienen como objetivo establecer, mantener y ajustar la relación entre la empresa y su entorno, siempre en beneficio mutuo.

Sin embargo, si buscamos su definición jurídica, las relaciones públicas son: acciones encaminadas a crear y mantener una comunicación social efectiva entre una persona física o jurídica y su sociedad con el objetivo de crear un ambiente de confianza entre ellas.

Toda organización, ya sea una empresa, un movimiento de coalición, un sindicato, un partido político, una ONG o una asociación de empleadores o a su vez instituciones universitarias, necesita comprender de qué se trata, abordar, comprender sus demandas y satisfacerlas. que satisface las necesidades.

2.2.2 Tipos de relaciones publicas comunitarias.

Las relaciones comunitarias son los diversos métodos que utilizan las empresas para establecer y mantener relaciones de beneficio mutuo con la comunidad o el entorno social, beneficiando así también al proyecto (en este caso, el proyecto minero).

En otras palabras, las relaciones comunitarias son un modelo de gestión social que tiene como objetivo identificar actores sociales, determinar sus intereses especiales y definir estrategias y actividades que apoyen y faciliten la consecución del consentimiento o licencia social.

➤ **Relaciones públicas externas**

. Las relaciones públicas externas son a lo que estamos más acostumbrados; básicamente se refieren a la planificación de la interacción de toda una organización o individuo con los medios externos con el fin de mejorar su imagen, mejorar su reputación o transmitir un mensaje.

➤ **Relaciones públicas internas**

El objetivo de las relaciones públicas internas en sí mismo es promover la buena integración y coexistencia dentro de una organización. Esto incluye empleados, socios, inversores e incluso proveedores. El objetivo es crear un sentido de pertenencia y reputación en el lugar de trabajo.

➤ **Relaciones publicas comerciales**

Las relaciones públicas empresariales se refieren a todas las prácticas encaminadas a mejorar la imagen de una organización como negocio. Esto significa que su interés está en mejorar el desempeño de la empresa, así como generar interés en los productos de la marca.

➤ **Relaciones públicas con la sociedad.**

Las relaciones comunitarias son una estrategia de recursos humanos. recuento de páginas Esto significa construir conexiones positivas con la comunidad local en su empresa, utilizando la ética como principio rector en las relaciones públicas. Esto puede incluir obras de caridad, donaciones, descuentos especiales o cualquier otra cosa que establezca relaciones sólidas con la comunidad y aumente la lealtad del cliente.

➤ **Relaciones públicas con los medios**

Las relaciones con los medios son una estrategia centrada en construir relaciones positivas con periodistas, publicaciones y otros medios de comunicación. Este proceso suele implicar redactar un comunicado de prensa, organizar debates o concertar entrevistas. No sólo puede aumentar la visibilidad de su empresa y sus productos, sino que también puede alentar a los medios a anunciar su marca de forma gratuita, ayudándole a construir o mejorar la reputación de su marca.

➤ **Relaciones públicas en las redes sociales**

Las redes sociales se consideran una estrategia de relaciones públicas. recuento de páginas Gana y paga. Para muchas empresas, las redes sociales pueden ser una herramienta de relaciones públicas (y marketing) increíblemente útil: es una herramienta eficaz para aumentar seguidores, convertir clientes, compartir contenido y resolver crisis.

2.2.3 Objetivo de las relaciones Publicas.

Si bien una buena imagen ante los clientes y el mercado en su conjunto es algo deseable en sí mismo, la verdad es que la misión de las relaciones públicas sólo tiene sentido si miramos lo que está sucediendo en una perspectiva más amplia. Esto significa

que una buena gestión de relaciones públicas tiene otros objetivos además de mantener una imagen de educación retórica y práctica.

Utilizando las relaciones públicas, las empresas pueden aumentar la conciencia de la sociedad de consumo sobre la relevancia de las soluciones de mercado. Esto suele ir de la mano de planes de marketing basados en la comunicación y requiere la creación de soluciones que comuniquen la identidad de la marca.

En cambio, las empresas deberían intentar interesar a los compradores y aceptar algunas de sus ofertas. Cuando las organizaciones invierten en la reputación de su marca, es más probable que atraigan la atención de los clientes e impulsen la demanda de sus soluciones.

Uno de los objetivos secundarios más importantes de las relaciones públicas es definir la imagen de marca frente a la audiencia. Estas estrategias intentan definir qué quieren comunicar a sus clientes y generar discursos y mensajes que actúen como cartas de presentación abiertas.

2.2.4 Las relaciones publicas en la educación.

La investigación educativa en entornos comunitarios es educativa como proceso organizado y controlado porque pretende promover el autodesarrollo a partir de las realidades y experiencias de los miembros de la comunidad.

El proceso educativo asume una influencia consciente y se centra en un objetivo: la promoción y desarrollo de comportamientos sociales positivos en la sociedad como resultado de un sistema de influencia formativa, que incluye los requisitos necesarios de la sociedad y la realidad de la sociedad.

Es importante tener en cuenta los conocimientos, hábitos, habilidades, necesidades, problemas, hogar y cultura de los actores sociales. En este contexto, la complejidad de los contenidos y el impacto del aprendizaje aumentarán paulatinamente, por lo que resulta especialmente importante desarrollar estrategias y programas basados en esta lógica.

El proceso educativo asume una influencia consciente y se centra en un objetivo: la promoción y desarrollo de comportamientos sociales positivos en la sociedad como resultado de un sistema de influencia formativa, que incluye los requisitos necesarios de la sociedad y la realidad de la sociedad.

El apoyo profesional es un proceso que prepara a las personas para lograr una personalidad sana y madura que les permita tomar decisiones personales basadas en una variedad de potenciales que les permitirán funcionar plenamente en la sociedad. Por tanto, debe analizarse como un proceso continuo y progresivo en el que el sujeto gobernado puede asimilar y consolidar todos estos instrumentos, que en un determinado estadio de desarrollo le permiten funcionar como institución. caras.

2.2.5 ¿Qué es la Interacción Social?

La interacción forma parte de nuestro proceso de comunicación social de forma objetiva. El uso de habilidades de interacción puede mejorar nuestra capacidad de adaptarnos a situaciones sociales donde hay personas y grupos que necesitan comunicarse y, por tanto, problemas de comunicación.

Es imposible, ni siquiera ingenuamente, entender el fenómeno de la comunicación como un simple hecho. En el contexto de la interacción humana, al escuchar y reaccionar o explicar la causa, motivo u origen de lo sucedido, o simplemente comprender la comunicación del interlocutor, uno se encuentra en una situación superficial donde se pierde más de un factor, sin poder explicar por qué o a quién se dice o se dice algo. hizo algo.

La interacción y las habilidades de interacción forman parte de la psicología social y es un campo específico que requiere de constante investigación y desarrollo para lograr mejores resultados en la comunicación y evitar conflictos. Un líder debe ser alguien que pueda relacionarse con su entorno, por lo que una persona que pueda desarrollar habilidades de interacción conseguirá buenos resultados como agente social.

Gracias a la tecnología, la interacción también se lleva a cabo a través de dispositivos. Resumiendo, se entiende por interacción social el acto de emitir un mensaje que genere un estímulo en otra persona. Será ella la que lo interprete dependiendo de la situación personal o del entorno social. Si tu mensaje no produce ningún estímulo, no hay interacción.

2.2.6 ¿Cuáles son los modos de interacción social?

La interacción social es el vínculo que forman las personas a través de la convivencia grupal. Las interacciones toman muchas formas, por lo que es más eficiente dividir las en diferentes partes de la interpretación, como explicaremos a continuación.

De una persona con otra persona

Esto sucede cuando hablas con alguien o le envías un mensaje. Incluso cuando recibes este mensaje y decides si respondes o no al estímulo. Cuando desarrollas la inteligencia social, puedes elegir cómo quieres interactuar.

2.2.7 ¿Cuáles son las categorías de la Interacción Social?

La interacción social implica una gran cantidad de comportamientos; Tanto es así que, desde un punto de vista sociológico, intentamos clasificar las interacciones en cuatro categorías. todos estos son

Intercambio: cada vez que las personas interactúan, buscan ser recompensadas por su comportamiento, lo que refleja la ocurrencia del intercambio. Este es un proceso social en el que el comportamiento social puede intercambiarse por una recompensa igual o mayor.

Competencia: Proceso en el que dos o más personas quieren alcanzar una meta que no puede ser alcanzada por una sola persona. La competencia es una característica común de las sociedades occidentales y es la clave del sistema capitalista y del gobierno

democrático. Sin embargo, este rasgo puede provocar estrés psicológico y falta de cooperación en las relaciones sociales.

Colaboración: El proceso en el que un grupo de personas trabajan juntas para lograr un objetivo común. Este proceso social conduce a la acción y, a menudo, funciona en conjunto con otras formas de interacción, como la competencia.

Conflicto: Ocurre cuando las personas entran en contacto física o socialmente entre sí. Esto puede ocurrir en interacciones cotidianas, como disputas legales y discusiones sobre religión y política. El conflicto puede ser positivo si aumenta la lealtad del grupo al llamar la atención sobre amenazas externas. Incluso puede conducir a un cambio social.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2 Tipos de Investigación.

3.2.1 Investigación Documental – Bibliográfica.

Este tipo de investigación nos deja obtener análisis de datos de materiales impresos o digitales, y también incluye otro tipo de documentos como libros, revistas, periódicos y más publicaciones que le permiten obtener información de la literatura sobre este tema la investigación comprende la base teórica y así mejora la comprensión del tema sacar conclusiones, dado al caso que esto nos permite representar de diferente manera conceptos claves para la descripción del la tesis.

3.2.2 Investigación Descriptiva.

Esta investigación se basa en literatura, datos y la descripción del caso puede responder a las siguientes preguntas: fundamento teórico, estrategias, prácticas por cualquier motivo enriquecen el conocimiento. Todo sobre la comunicación estratégica y sus funciones. Puedes saberlo por la descripción el grado de influencia sobre estas dos variables permite sacar conclusiones basadas en la investigación obtenga más información sobre las funciones, a su vez nos permitió resaltar nueva información y describir concepto en base a lo visto y consultado durante el proceso investigativo del tema.

3.2.3 Técnicas de Investigación.

Las encuestas se utilizan como técnica de investigación, por lo tanto, el formulario ayudará a obtener información directa para el logro de los objetivos de la investigación, así obtenga datos sólidos de la información recopilada para evitar sacar conclusiones erróneas.

3.2.4 Instrumentos.

El instrumento que utilizamos en este estudio es la encuesta, que se realizara a través de formularios en línea por motivos de pandemia. La encuesta está dirigida a los estudiantes de la UTB extensión Quevedo y a su vez a los docentes, para dar a conocer

de mejor manera su percepción de la comunicación estratégica en la imagen de la empresa o institución.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

En la Universidad Técnica de Babahoyo “Extensión Quevedo” tiene una cantidad muy alta de estudiantes las fases de la institución por mediante y a su vez también se escogió una cantidad de estudiantes de la universidad las cuales van a ser encuesta para una obtención de respuesta.

3.3.2 Muestra.

Para conocer con mayor profundidad sobre la problemática y las posibilidades soluciones se ha decidido encuestar a los estudiantes de la universidad por el cual se ha procedido a aplicar la formula muestral que nos permite derivar los resultados claves para poder escoger una cantidad y llegar a ser encuestada.

$$n = \frac{K^2 P \cdot Q n}{E (N - 1) K p q}$$

$$n = \frac{(1,69) * 0,5 * 0,5 * 160}{(0,05) * (160 - 1) + (196) * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 160}{0,0009 * 179 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 160}{0,0009 * 179 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{153}{2,06} = 80$$

3.4 Situaciones Detectadas.

Una de las principales situaciones reveladas es la falta de un plan de comunicación que representa la Universidad Técnica Extensión Babajoyo Quevedo para manejar mejor la información interna y externa que afecta las relaciones públicas, indicando que todas las decisiones que se toman en el colegio son públicas. Unidad que tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de los estudiantes y por tanto se realiza de forma jerárquica en la organización sin tener en cuenta las opiniones de los mandos intermedios quienes son más conscientes de las condiciones del entorno.

La sostenibilidad de un proyecto, pasa necesariamente por el nivel de relacionamiento que se tenga con el entorno social, es por eso que la importancia de las relaciones comunitarias va más allá del factor económico, su importancia radica en el hecho de desarrollar un vínculo más factible con la comunidad y conocer lo que ellos esperan de la institución ante los impactos que se ocasionaran. De esa forma poder desarrollar estrategias que permitan crear valor para todas las partes y con visión de desarrollo conjunto. A fin de también promover el desarrollo sostenible y lograr la viabilidad social de la actividad minera.

Es necesario y útil ajustar el plan de comunicación actual lo antes posible y aplicar nuevas políticas, estrategias, metas y actividades organizadas que se implementen en un período de tiempo determinado, dándoles la oportunidad de expresar inquietudes y realizar solicitudes directamente a las autoridades superiores.

3.5 Soluciones Planteadas.

Utilizar un plan de comunicación que incluya políticas y estrategias para mejorar los procesos de información internos y externos.

Proporcionar un espacio de comunicación para la escucha y el diálogo de los representantes de cada curso para así poder determinar nuevas variantes respectiva a los problemas que se estén dando a conocer y obtener objetivos claros que ayuden a dar una mejora muy formal.

Al utilizar los medios de comunicación para informar sobre los próximos proyectos y programas, la gente de la Universidad estará informado al tanto de todo lo que sucede en la institución y mantendrá una buena relación comunicación y buenas relaciones públicas.

Evaluar y medir los resultados a lo largo del tiempo, analizar si los planes de comunicación cumplen con los objetivos del programa y mejorar las relaciones públicas con los residentes.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

Utilizar las relaciones comunitarias como elemento estratégico dentro de las instituciones ha contribuido en brindar ayuda social a los estudiantes y docentes revirtiendo parte de sus conocimientos. Por lo cual está área tradicionalmente es vista como algo importante en instituciones públicas pues se ha recobrado un verdadero sitio en las instituciones sobre todo por su nexos con la comunicación gusta desde el aspecto

interno como externos, a su vez ayudando a cualquier inquietud y mejorando las dudas o inquietudes que tengan los estudiantes o docentes.

Actualmente el plan de comunicación si cumple con la cabalidad de sus funciones expectativas de la estrategia de comunicación, por lo que los aspectos de relaciones públicas del trabajo con los estudiantes se mejorarían si se emitiera todo tipo de anuncios antes de realizar las solicitudes.

Se concluyó que la toma de decisiones se realizó de manera jerárquica, teniendo en cuenta las opiniones de los demás, lo que dificultó la circulación oportuna de información en el ámbito externo e interno. Junto con los estudiantes tienen que brindar información sobre todo lo que sucede en la organización porque es una persona pública que quiere servir a la sociedad.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda desarrollar un nuevo plan de comunicación, que promueva la gestión adecuada de la comunicación interna y externa, incluyendo la provisión de un lugar para que los representantes de varios departamentos estatales expresen su opinión y hagan recomendaciones basadas en el progreso en sus lugares. Mantener buenas relaciones públicas y adherirse al comportamiento establecido de manera que mejore la imagen y el posicionamiento de la universidad.

Con el fin de aplicar estrategias de comunicación para que los mensajes lleguen a todos los niveles, tanto internos como externos, de manera más rápida y oportuna, se recomienda utilizar herramientas adecuadas como entrega de mensajes, revisión y retroalimentación de mensajes, redes sociales, logrando que los estudiantes den importancia sobre los que sucede en la universidad y que se conozca los planes y proyectos de trabajo que se realizaran para las respectivas mejoras hacia las actividades que realizaran.

Se recomienda que la UTB “Extensión Quevedo”, analice el plan de comunicación, como objetivo utilizar estrategias de comunicación para que los mensajes puedan llegar a todos los niveles, internos y externos, de forma más rápida y oportuna, utilizando herramientas adecuadas (por ejemplo, medios de comunicación) para informes, revisión y retroalimentación.

V. BIBLIOGRAFIAS

Agustín, W. (2018, febrero 21). *Las Relaciones Públicas*. Ceupe.

<https://www.ceupe.com/blog/las-relaciones-publicas.html>

Andres Wilmer. (2021, junio 7). Select Business School.

<https://escuelaselect.com/que-son-las-relaciones-publicas-y-para-que-sirven/>

Gómez Labrada, A. R., & Suárez Rodríguez, C. (2008). Proceso de educación comunitaria: zonas de contactos interaccionales de potencialidades comunitaria y orientación educativa. *Revista mexicana de orientación educativa*, 5(13), 30–36.

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-75272008000100007

León, L. (2022, junio 19). *¿Qué son las relaciones públicas? Aprende con ejemplos fáciles*. Blog del E-commerce.

<https://www.tiendanube.com/mx/blog/que-son-las-relaciones-publicas/>

Molano, J. (2023, marzo 16). *Qué son las relaciones públicas: tipos, elementos y objetivos*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/relaciones-publicas>

Morales, M. (2008, enero 7). *Desarrollo comunitario: estrategias de intervención y rol de la educadora social*. RES. Revista de Educación Social. <https://eduso.net/res/revista/7/marco-teorico/desarrollo-comunitario-estrategias-de-intervencion-y-rol-de-la-educadora-social>

Reyes, E. M. V. (s/f). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO*. Edu.ec.

Recuperado el 6 de septiembre de 2023, de

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11018/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000571.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villatoro, J. F. C. (1553712115000). *La aplicabilidad de los Modelos de Relaciones Públicas en las Instituciones de Educación Superior*.

Linkedin.com. <https://es.linkedin.com/pulse/la-aplicabilidad-de-los-modelos-relaciones-p%C3%BAblicas-cruz-villatoro>

Wilson Roberto Briones Caicedo Willam Roberto Barragán Morocho Magdalena

Rosario Huilcapi Masacón Jaime Alfredo Morante Carriel. (13/ 09 / 2020). *Comunicación intercultural para el desarrollo de relaciones interpersonales en las comunidades montubias del cantón Quevedo y zonas de influencia*. Comunicación intercultural para el desarrollo de relaciones interpersonales. <http://file:///C:/Users/joaom.DESKTOP-LQIEGG2/Downloads/Dialnet-ComunicacionInterculturalParaElDesarrolloDeRelacio-7704955.pdf>

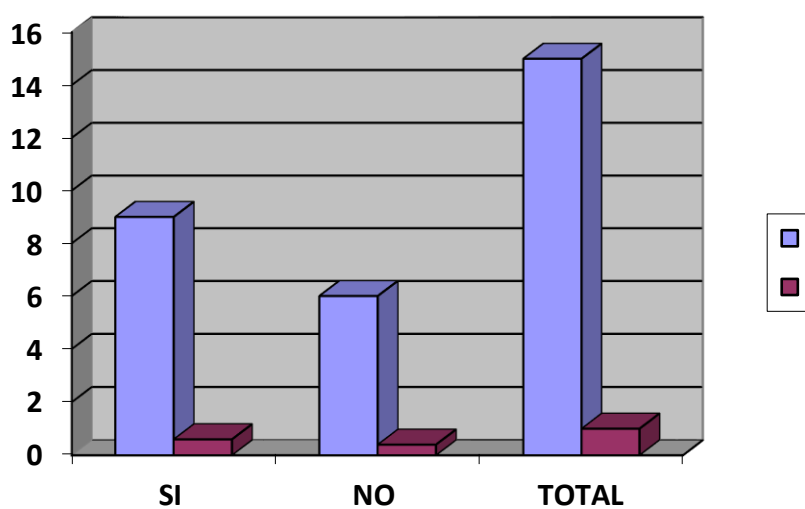
VI. ANEXOS

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

realizamos una investigación para indagar que tipo de relación tenemos con la buena interacción social en el ámbito estudiante.

1: Usted cree que la universidad técnica de Babahoyo como autoridades cumple con una buena interacción social con sus estudiantes

DETALLE	RESPUESTA	%
si	9	60%
no	6	40%
total	15	100%



EN ESTA ENCUESTA SE USARON PREGUNTAS COMO SI NO A 15 ESTUDIANTES EL CUAL EL 9% DE LOS ESTUDIANTES DIJO QUE SÍ Y EL 6% DIJO QUE NO DÁNDONOS UN TOTAL DE MAYORÍA CON EL SÍ

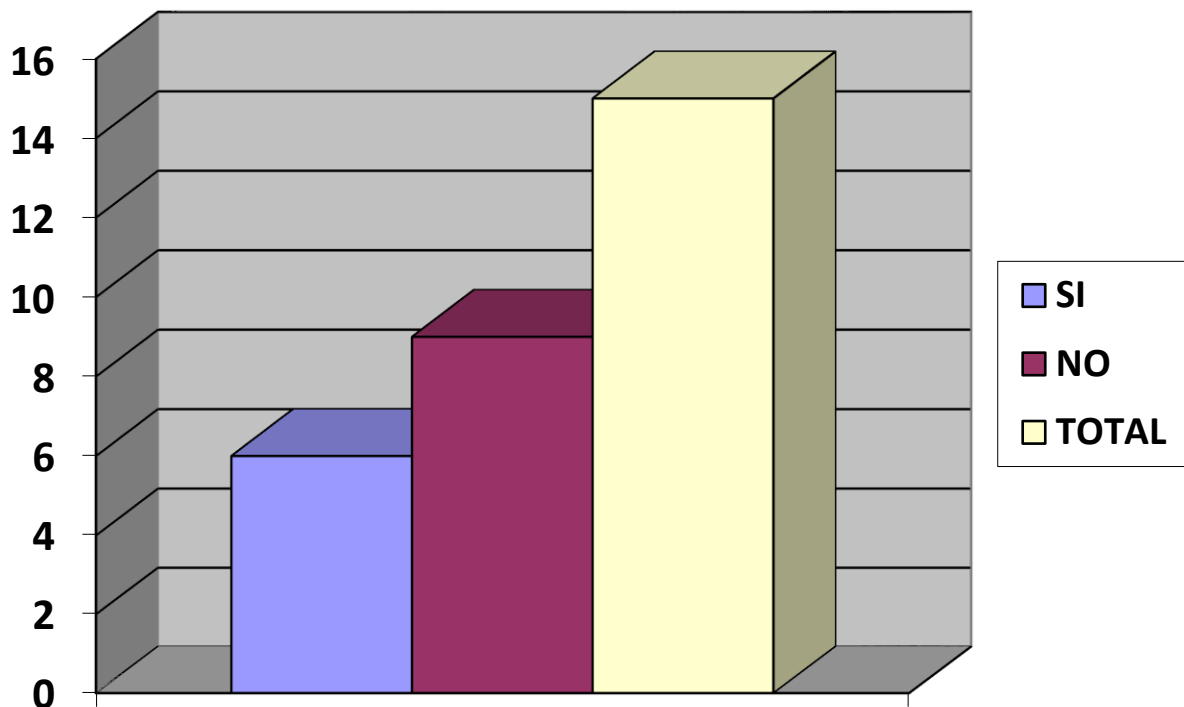
2: Cómo catalogaría a su universidad en el proceso de brindar información acerca de tareas públicas y comunitarias que se necesitan en la universidad

DETALLE	RESPUESTA	%
mala	3	20%
buena	6	40%
muy buena	6	40%
total	15	100%

ESTA PREGUNTA SE REALIZÓ A 15 ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD EL CUAL LA PREGUNTA ERA CÓMO CATALOGARÍA A LA UNIVERSIDAD EN EL PROCESO DE BRINDAR INFORMACIÓN MALA BUENA MUY BUENA EL 20% DE LOS ESTUDIANTES DIJO QUE ERA MALA EL 40% DIJO QUE ERA BUENA Y EL OTRO 40% DIJO QUE ERA MUY BUENA

3: Cree usted que la universidad técnica babahoyo está teniendo una buena comunicación e interacción social con sus estudiantes para brindar buenas relaciones comunitarias

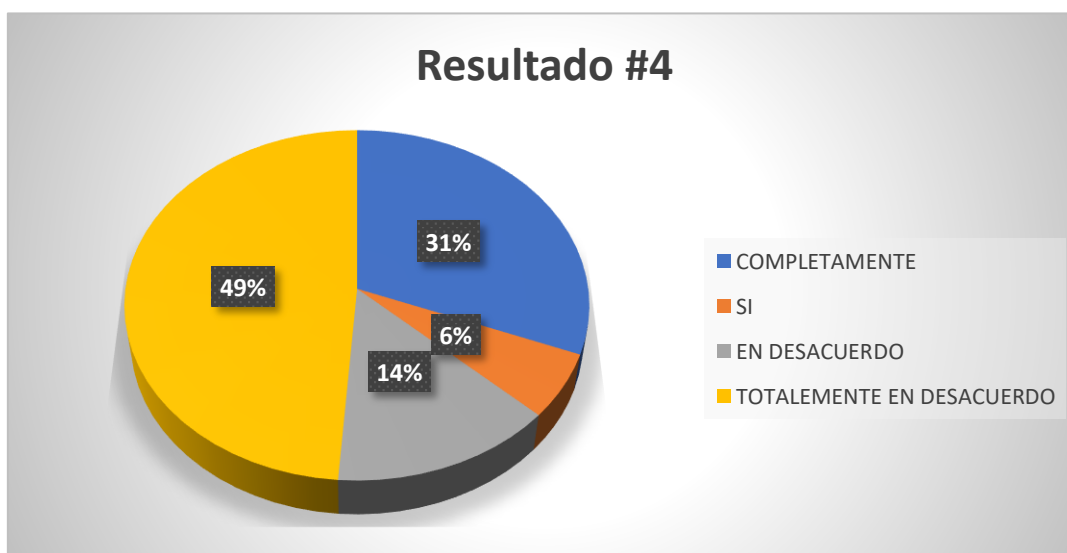
DETALLE	RESPUESTA	%
si	6	40%
no	9	60%
total	15	100%



En esta encuesta se tomó la respuesta de 15 estudiantes de la universidad técnica hoyo el cual 40% dijeron que sí y el 60% dijeron que no de un total de 15 estudiantes.

4. Esta usted de acuerdo que la relaciones publicas tenga que estar enlazadas a la interacción social en la UTB “Extension Quevedo”.

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
COMPLETAMENTE	45	31%
SI	65	49%
EN DESACUERDO	30	14%
TOTALMENTE DESACUERDO	4	6%
TOTAL	144	100%



En esta pregunta se tomó en cuenta a todos los miembros de la universidad técnica de babahoyo extensión Quevedo el cual 144 personas fueron participes de esta encuesta

claramente 45 sí 65 en desacuerdo 30 totalmente desacuerdo 4 dando un total de 144 personas

5. ¿Cree usted que son eficientes las relaciones publicas comunitarias son un bien para la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY EFICIENTE	40	24%
EFICIENTE	100	65%
POCO EFICIENTE	4	11%
TOTAL	144	100%



En la última pregunta que se realizó se encuestó a 144 personas el cual el 24% fue muy eficiente el 65% fue eficiente el 11% fue poco eficiente de 144 personas que dan total de 100%