



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
EXTENSIÓN QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



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

TEMA:

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL IMPULSO DE
EMPRESARIOS COMUNITARIOS CON MUJERES MONTUBIAS
DEL CANTÓN MOCACHE, AÑO 2021

AUTOR:

HUGO FABRICIO MALDONADO PILOSO

TUTOR:

ING. WILSON ROBERTO BRIONES CAICEDO, MBA

QUEVEDO- LOS RIOS- ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

EXTENSIÓN QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

**COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL**



DEDICATORIA

A Dios que me ha permitido llegar a una etapa más en mi vida, al apoyo incondicional de mi madre, a todos los que me animaron a seguir adelante y culminar mi carrera con sus consejos y motivación.

Para mis hermanos y hermanas, ellos juegan un papel importante en el logro de este importante objetivo, por su paciencia y comprensión, gracias por estar a mi lado y hacerme mejor cada día.

HUGO FABRICIO MALDONADO PILOSO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



EXTENSIÓN QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

**COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL**

AGRADECIMIENTO

En mi carrera y en la realización de este trabajo de investigación, le agradezco a Dios, a mis padres y a todas las personas que de alguna manera me apoyaron.

Un profundo agradecimiento a las mujeres de la comunidad montubia del recinto “San Mateo”, del cantón Mocache, por haberme permitido realizar este Proyecto de investigación en su sector.

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión en Quevedo y su cuerpo docente y personal, quienes día a día nos brindaron el apoyo necesario y compartieron sus conocimientos y experiencias, que me ayudarán mucho en mi desarrollo profesional. Gracias por su paciencia y cooperación al trasmitirme sus enseñanzas para la ejecución de este trabajo.

HUGO FABRICIO MALDONADO PILOSO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo diagnosticar la incidencia de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias en el cantón Mocache, basándonos en las necesidades y problemáticas que afectan a estos lugares. Para de esta manera mejorar el desarrollo socioeconómico de los habitantes del recinto “San Mateo” ubicado en el cantón Mocache.

Este estudio investigativo busca crear oportunidades de inserción a las mujeres montubias en un negocio de emprendimientos comunitarios. En la actualidad todos los emprendimientos comunitarios se establecen como incentivos a las comunidades para que ellos sean capaces de crear, gestionar y desarrollar proyectos que generen sostenibilidad económica para sus familias y comunidad. El desarrollo de este proyecto se puntualiza en identificar los referentes sobre las estrategias de comunicación en la aplicación de los emprendimientos comunitarios, analizar el nivel de emprendimiento actual y habilidades de las mujeres montubias de los sectores rurales del cantón Mocache. Para determinar los objetivos planteados se realizaron pruebas estadísticas mediante la aplicación de 50 encuestas, de un total de 100 mujeres que habitan en el recinto “San Mateo”, todo esto permitió conocer y diagnosticar la importancia que tiene la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos y evidenciar el interés de estas mujeres a recibir capacitaciones que les permitan desarrollar al máximo sus habilidades en cada actividad que concierne el negocio emprendedor. Para llevar a cabo el proyecto se cuenta con el apoyo de la líder del recinto “San Mateo y la iniciativa ineludible de toda la comunidad.

Palabras claves: Comunicación estratégica, Emprendimientos comunitarios, mujeres montubias.

SUMMARY

The present research work was carried out with the objective of diagnosing the incidence of strategic communication in promoting community enterprises with montubia women in the Mocache city, based on the needs and problems that affect these places. In order to improve the socioeconomic development of the inhabitants of the "San Mateo" recital located in the Mocache city.

This research study seeks to create insertion opportunities for Montubia women in a community entrepreneurship business. Currently, all community ventures are established as incentives for communities so that they are able to create, manage and develop projects that generate economic sustainability for their families and community. The development of this project is focused on identifying the references on communication strategies in the application of community enterprises, analyzing the current level of entrepreneurship and skills of Montubia women in the rural sectors of the Mocache city. To determine the proposed objectives, statistical tests were carried out through the application of 50 surveys, out of a total of 100 women who live in the "San Mateo" enclosure, all this allowed to know and diagnose the importance of strategic communication in promoting entrepreneurship and demonstrate the interest of these women to receive training that allows them to develop their skills to the maximum in each activity that concerns the entrepreneurial business. To carry out the project, I have the support of the leader of the recite "San Mateo and the unavoidable initiative of the entire community.

Keywords: Strategic communication, Community entrepreneurship, Montubias women

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	iii
SUMARY.....	iv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
MARCO METODOLÓGICO	2
1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos.....	4
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	4
Emprendimiento comunitario.....	4
Etapas de un emprendimiento comunitario	5
El emprendimiento comunitario y el desarrollo socioeconómico.....	6
Emprendimiento y desarrollo comunitario	6
El papel de la mujer en proyectos de emprendimientos	7
La Mujer y el emprendimiento comunitario.....	8
Comunicación Estratégica.....	8
Importancia de la comunicación estratégica.....	9
Características de la comunicación estratégica.....	10
Tipos de comunicación estratégica.....	10
Etapas de la comunicación estratégica	11
Claves de la comunicación estratégica	12
Herramientas de la Comunicación Estratégica	13

1.6	HIPÓTESIS	14
1.6.1	Hipótesis General	14
1.6.2	Sub-Hipótesis o Derivadas	14
1.7	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.7.1	Modalidad de la Investigación.....	15
1.7.2	Tipos de Investigación	15
1.7.3	Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	16
1.7.4	Población y muestra	18
CAPITULO II.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		19
2.1	DESARROLLO DEL CASO	19
1	¿Sabe Usted, cómo iniciar un emprendimiento?.....	19
2	¿Qué aspectos cree Usted dificultan la ejecución de emprendimientos comunitarios en la comunidad montubia?	20
3	¿De qué forma considera usted que la aplicación de la comunicación estratégica, beneficiaria al impulso de emprendimientos comunitarios?	20
2.2	SITUACIONES DETECTADAS	22
2.3	SOLUCIONES PLANTEADAS	24
2.4	CONCLUSIONES.....	25
2.5	RECOMENDACIONES	26
BIBLIOGRAFÍA.....		27
ANEXOS.....		32

INTRODUCCIÓN

Hablar de comunicación estratégica significa, entre otras consideraciones, tener en cuenta las aportaciones que hace a los indicadores de un emprendimiento como un factor determinante para el desarrollo económico, social y estructural, de una organización u empresa. También es vista como una rama de la comunicación social, que propone la adquisición de nuevos conocimientos con respecto, a los cambios tecnológicos, la competitividad y la innovación. Por otra parte, las problemáticas más comunes en la puesta en marcha y consolidación de un emprendimiento comunitario son: malos accesos o comunicaciones, carencias de los servicios básicos, dificultades para el acceso a los recursos necesarios o no disponer de un modelo de negocio correctamente diseñado

Es necesario investigar este fenómeno y proporcionar formas de resolverlo, se requieren nuevos enfoques para mejorar la innovación y la invención dentro de estos pequeños emprendimientos en el mundo empresarial contemporáneo con el fin de ofrecer una ventaja competitiva y garantizar una comunicación comercial más efectiva para de esta manera generar sostenibilidad económica. Tomando como referencia esta problemática, este proyecto está enfocado en diagnosticar la importancia que tiene la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del cantón Mocache.

En el primer capítulo, se define la importancia de este proyecto de investigación en las áreas de la comunicación estratégica y emprendimientos comunitarios en los sectores rurales. Empieza definiendo el caso de estudio, se presentan los objetivos, planteamiento del problema, se elaboró el sustento teórico de las variables del tema, también la metodología y técnicas aplicadas en la investigación.

En el segundo capítulo, se plantean los resultados de la investigación, fruto de la encuesta aplicada a las mujeres montubias, de igual forma las situaciones detectadas, soluciones planteadas, junto a las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del cantón Mocache. Busca nuevas oportunidades en el sector empresarial rural, basados en las problemáticas y hallazgos en estos sectores.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es indiscutible evidenciar que un número creciente de personas que se trasladan de las zonas rurales a las urbanas debido a las malas oportunidades de trabajo y a la complejidad de administrar las actividades y servicios, esto limita a que se cree programas de emprendimientos, causa suficiente para que las personas se desmotiven a desarrollar actividades emprendedoras.

Por esta razón la necesidad de realizar esta investigación que tiene como tema Comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del cantón Mocache. Está en la búsqueda de nuevas oportunidades en el sector empresarial rural, investigación que permitirá emprender un estudio en beneficio de las familias de este sector, profundizado las problemáticas, y sus hallazgos en mejorar de la calidad de vida de la mismas, es decir, que la propuesta investigativa sea tan beneficiosa, como para el mundo entero dándole la importancia que se merece a cada realidad.

¿De qué manera la Comunicación Estratégica influye en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del cantón Mocache, año 2021?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Actualmente los emprendimientos comunitarios en las zonas rurales son representados por grupos de personas que se, organizan y asocian en comunidad con el fin de mejorar la situación tanto social, como económica de cada uno de los integrantes en un entorno local, pero los habitantes de estos sectores muchas veces no cuentan con la capacidad para dar inicio a un proyecto de emprendimiento, esto limita a que se cree programas de emprendimiento efectivos, y por esta razón se desmotivan a desarrollar actividades emprendedoras.

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación teórica y conceptual conocer la importancia de la comunicación estratégica y al mismo tiempo analizar el nivel de emprendimiento que poseen las mujeres montubias del recinto “ San Mateo” del Cantón Mocache, y de esta manera establecer estrategias en la aplicación de herramientas comunicacionales, asesorando y capacitando en áreas necesarias para cumplir con las ideas u objetivos del proyecto de investigación , y así poder encontrar las mejores vías de crecimiento productivo favorable de los habitantes del recinto “ San Mateo”.

En el Cantón Mocache, no existen este tipo de proyectos comunitarios, por la falta de iniciativa hacia la población, uno de los inconvenientes es la falta de capacitación y de los recursos económicos que sustenten los proyectos. En el recinto “San Mateo” se evidencia un buen espíritu emprendedor, sin embargo, es sustancial el apoyo e impulso, que se les ofrece a las mujeres montubias por parte de las autoridades para poner en marcha sus proyectos, debido a eso los moradores se sienten desmotivados por la falta de organización, la misma que no les permita gestionar la adquisición de los recursos necesarios para llevar a cabo proyectos de emprendimientos comunitarios rurales, y de esta forma mejorar la calidad de vida de sus familias.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

- Diagnosticar la incidencia de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias en el cantón Mocache.

1.4.2 Objetivos específicos

- Investigar los referentes teóricos y metodológicos sobre las estrategias de comunicación en emprendimientos comunitarios que sustenten el desarrollo de la investigación.
- Estudiar las herramientas de comunicación que utilizan los emprendimientos del sector rural actualmente.
- Analizar el nivel de emprendimiento, técnicas e instrumentos de estudios sobre las estrategias de emprendimientos comunitarios en el recinto “San Mateo” del Cantón Mocache.

1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Emprendimiento comunitario

El emprendimiento comunitario se resume en un conjunto de esfuerzos que realizan un grupo de personas que integran una organización, asociación, comunidad u otro tipo de entidad con el fin de mejorar la situación tanto social como económica de cada uno de los integrantes en un entorno local. Tiene como objetivos brindar oportunidades de desarrollo social y económico a los miembros de la organización, al mismo tiempo fomentan la inserción de quienes los integran,

motivando la participación de sus integrantes, asumiendo con responsabilidad los retos que esto implica. (Formichella, 2004)

Un emprendimiento comunitario corresponde a un tipo de empresa económica organizada con miembros de una misma comunidad, cuyo propósito es incrementar los ingresos de las personas que viven en la misma zona, usualmente utilizando productos producidos en la misma comunidad o recursos agrícolas o manuales. En la actualidad, el emprendimiento comunitario juega un papel muy importante en la sociedad porque aporta soluciones a problemas prácticos. Afortunadamente, muchas personas, empresas y organizaciones han aceptado este desafío y han participado en él. Esto significa el primer paso hacia un mundo mejor y más justo (Formichella, 2004).

Etapas de un emprendimiento comunitario

La mejor forma de aportar un servicio real al crecimiento de una comunidad, es a través de un proyecto, que se defina en forma participativa con la comunidad misma. Cada proyecto necesita una metodología que incluye la organización, pasos a seguir, identificación del material con el que se cuenta, evaluación, entre otros. Básicamente un proyecto se construye y se desarrolla en ocho etapas:

1. Conformación de un equipo de trabajo.
2. Diagnostico (identificar la necesidad y potencialidad).
3. Objetivo.
4. Prever la implementación y su inversión.
5. Estructura organizativa del emprendimiento comunitario.
6. Difusión.
7. Ejecutar.
8. Evaluar y compartir. (Suyana, 2015, p.41)

El ciclo de vida de cualquier proyecto se organiza en ocho etapas: la primera es la conformación de un equipo de trabajo, la segunda es el diagnóstico, es decir identificar las

necesidades y potencialidades, del lugar en donde se va a desarrollar el proyecto, como tercer punto establecemos los objetivos. Después de eso prever la implementación y su inversión, y a su vez se estructura la organización del emprendimiento comunitario (Suyana, 2015).

El emprendimiento comunitario y el desarrollo socioeconómico

La generación de plazas de empleo y de recursos, mejoran la calidad de vida de los individuos dentro de su propia cultura y ambiente, facilitan el acceso a los servicios de educación, salud y vivienda de mayor calidad, fomenta las capacidades, habilidades y destrezas de las personas que componen la comunidad donde habitan, utilizando el potencial y material endógeno en el proceso junto con metodologías que parten de la identificación de las necesidades, fomentando innovación y creación de pequeñas y medianas empresas productivas. Otra de las implicaciones necesarias en el emprendimiento comunitario como parte del desarrollo local, es la articulación que se estructura entre lo político, económico y social la conexión de estos aspectos es de suma importancia para la toma de decisiones, a fin de generar las condiciones óptimas para el desarrollo de determinado proyecto. (Beltrán, 2013, p.29)

El emprendimiento comunitario y su aporte en el desarrollo, es parte del proceso socio-económico de una comunidad, sus características, funciones, la naturaleza del emprendedor, el tipo de negocio que se va a emprender, la relación con otros sectores y la incidencia del negocio en el desarrollo comunitario y local de un determinado sector, el desarrollo humano y su impacto en actividades productivas. El marco legal para este tema ha sido explicado en detalle y apoyado en las siguientes organizaciones: en los artículos de la Constitución de los años 2008, entre las metas del Plan Nacional de Vida, Disposiciones de la Ley de Economía Pública y Solidaria (Beltrán, 2013).

Emprendimiento y desarrollo comunitario

El desarrollo de la comunidad se constituye a partir de un proceso de construcción, y esta construcción se elabora a partir de las relaciones que se establezcan en la misma comunidad. Este tipo de desarrollo considera como maneras de acción coordinada que posibilitan proporcionar

respuestas a las necesidades o demanda social, con la participación de los interesados. Sarate & González, apuestan por un desarrollo humano que habilite los dispositivos endógenos del territorio y de las comunidades locales, potencie de forma integrada y sustentable los recursos existentes, y afirme la implicación de cada persona como sujeto y agente de sus propios procesos de transformación social en su entorno inmediato sin dejar de tener en cuenta que vivimos en una sociedad cada vez más interdependiente y globalizada. Desde este punto de vista, el desarrollo comunitario es considerado como un proceso de trabajo común y solidario, que se hace cada vez más necesario, por las dificultades y repercusiones que indican, principalmente en la clase más desfavorecida. (González, 2013, p.24)

La actitud emprendedora favorece el desarrollo y permite a las personas aumentar sus capacidades y oportunidades. Y es particularmente beneficioso para el proceso de desarrollo local y comunitario. Un entorno claro con recursos naturales determinados y cierto potencial productivo. Por lo tanto, el desarrollo comunitario es un desarrollo interno. Por eso es tan importante para él que existe una calidad emprendedora entre las personas que viven en un territorio en busca de bienestar y desarrollo (González, 2013).

El papel de la mujer en proyectos de emprendimientos

El papel de la mujer como creadora, capaz de desarrollar ideas de negocio y convertirlas en empresas rentables es primordial en la actualidad. Además, la presencia del sexo femenino dentro de la actividad económica contribuye a incrementar el Producto Interno Bruto del país, elevar el crecimiento y mejorar la calidad de vida en el ámbito laboral.

Alrededor del mundo, personas se están movilizand para conseguir un futuro que sea más igualitario. Se desarrollan programas a diferentes niveles en los que se intenta dar sustento, orientar y financiar proyectos liderados por mujeres. Hoy en día muchas mujeres quieren montar sus propias Startups puesto que el nivel de supervivencia de estas empresas dirigidas por ellas, aumenta de 65 a 73 por ciento, según datos de Wayra México. (Campos, 2018)

Actualmente existen ya muchos proyectos que buscan impulsar y fortalecer la presencia femenina en el ecosistema emprendedor. De acuerdo con el Female Entrepreneurship Index, México se ubica en lugar 41 de un total de 77 países en donde se están llevando a cabo iniciativas lideradas por mujeres. En general, el desempeño es mejor debido a la diversidad de pensamiento y visión de este género. (Index, 2018)

La Mujer y el emprendimiento comunitario

En los últimos años la equidad de género se ha convertido en un componente central de la filosofía del desarrollo. Se considera que la satisfacción creciente de las necesidades humanas debe alcanzarse reduciendo sustancialmente los actuales niveles de inequidad de género, que no solo se trata de incorporar a la mujer como sujeto social autónomo, sino también debe ser comprendido como un esfuerzo por lograr una mayor integración de las mujeres a la sociedad, mejorando las relaciones sociales. Al definir los emprendimientos femeninos podemos decir que son las capacidades creativas que desarrollan las mujeres, a partir de la realidad que las rodea, para crear nuevas oportunidades laborales o iniciativas productivas económicas y sociales que se utilicen como medio de empoderamiento de forma individual o colectiva. (González, 2016, p.24)

Comunicación Estratégica

La comunicación es una cualidad inherente e inteligente del ser humano, es también un acto que le permite participar con el otro, para la construcción de sus saberes y sus acciones, consiste además en la edificación de vínculos simultáneos y dinámicos. La comunicación estratégica es una forma de gestionar los intangibles de la organización, incorporando elementos de comunicación como parte de la estrategia. El encuentro comunicacional implica acciones y sentidos compartidos entre unos y otros, busca crear nuevos planos de comprensión y a partir de ellos indagar diversos puntos de contacto, lo que permite emerger nuevas realidades y consolidar la estrategia organizacional. La Comunicación Estratégica provoca una articulación productiva entre los actores de la organización, ya que se convierte en el diálogo necesario para diseñar estrategias que logren un beneficio ecológico. (Massoni, 2016, p.20)

La Comunicación Estratégica, que en ocasiones utiliza el lobby, tiene como foco la opinión pública en general o ciertas audiencias más segmentadas, pero siempre relativamente masivas. Sus herramientas son de carácter público, para llevar con los mensajes a grupos amplios. Las relaciones públicas son la parte operativa de la Comunicación Estratégica. (Maldonado, 2012)

Importancia de la comunicación estratégica

La importancia de la comunicación estratégica es que, si se aplica llevando a la audiencia adecuada el mensaje correcto, en el tiempo oportuno, su efecto se verá reflejado positivamente en los indicadores del negocio. Esto lo vemos cuando las herramientas disponibles se articulan para apoyar el posicionamiento de la marca, o de un producto, o servicio específico, y se logra que los diferentes públicos objetivo reciban información por los canales adecuados.

Igual ocurre cuando una empresa quiere mostrar a sus inversionistas los resultados económicos y financieros, y confirma que el impacto de la información que va a compartir con el mercado depende de una preparación adecuada y de la selección de los canales y los escenarios apropiados para esa audiencia en particular. (Feged, 2014)

No llevar a cabo una comunicación estratégica eficaz hará que la organización despliegue actividades que no pueden producir los resultados esperados. La clave para implementar la estrategia es conocer estos procesos y comenzar a controlarlos para buscar una mayor productividad y competitividad. La clave del éxito es implementar estrategias comunicacionales que te permitirán seguir las nuevas ideas y decisiones que el equipo de trabajo tomará en su trabajo diario. Se trata de comprender el estado actual de la empresa o proyecto de emprendimiento es decir preguntarnos, a dónde quiere ir y, por lo tanto, definir cómo llegar a donde quiere ir. Esta es la base de cualquier estrategia, y la clave del éxito de estos procesos radica en la forma en que se dirigen los procesos de comunicación (Feged, 2014).

Características de la comunicación estratégica

La comunicación estratégica puede ser utilizada por cualquier tipo de organización o empresa, pues es la gestión integral de la “marca” (identidad) de las entidades, siendo su tarea gestionar el prestigio y credibilidad de las organizaciones para generar confianza de su entorno y adhesión de sus públicos y audiencias, permitiendo alcanzar los objetivos propuestos. Y aunque en definición parece simple, se enfrenta a dos variables que provocan incertidumbre. Una es la decodificación de los mensajes y el otro son los canales que utiliza para comunicarse.

En el caso de la decodificación, la publicidad o el marketing tienen la misma incertidumbre, pero en el caso de los canales, la publicidad o el marketing utilizan canales de pago, mientras la comunicación estratégica transmite a través de canales no pagados ni controlados, sometiendo sus mensajes a la adopción de terceros y a su interpretación, motivo por el cual debe planificarse de manera exhaustiva. (Viñas, 2017)

Tipos de comunicación estratégica

La comunicación sigue un camino dentro de cada uno de los diversos espacios organizacionales, y en el caso de la comunicación estratégica, esta se puede dividir en los siguientes tipos:

- **Comunicación formal:** Es aquella que permite a los mensajes seguir caminos oficiales que han sido dictaminados en base a la jerarquía organizacional de una empresa.
- **Comunicación descendente:** Su finalidad es enviar mensajes desde los puestos superiores de la empresa hasta los subordinados, teniendo como propósito dar instrucciones adecuadas y específicas, con información suficiente para que los empleados puedan realizar sus tareas de forma eficiente.
- **Comunicación ascendente:** Aquí el mensaje es dirigido desde los subordinados hasta los superiores.

- **Comunicación horizontal:** Esta se desarrolla entre personas que cuentan con un mismo nivel de jerarquía, generalmente este tipo de mensajes tienen como objetivo el integrar y coordinar al personal que se encuentra en un mismo nivel. (Pacheco, 2020)

La Comunicación formal, descendente, ascendente y horizontal son los cuatro tipos de comunicación estratégica, que se convierten en las herramientas más importantes para mejorar las operaciones comerciales, por lo que todos los emprendedores y empresarios deben comprender en su totalidad todas las características de estos tipos de comunicación. Por lo en un mundo donde la comunicación ya no está controlada por el estado o la empresa debido a las redes sociales, la viabilidad de las empresas y organizaciones se ha vuelto más compleja, y se debe innovar para incorporar en mayor medida la comunicación estratégica (Pacheco, 2020).

Etapas de la comunicación estratégica

La comunicación estratégica se caracteriza por ser de carácter interactivo, es decir una tarea que se puede incluir de múltiples disciplinas dentro de una misma empresa o para un proyecto independiente.

Si bien esta resulta bastante compleja, se puede dividir en diferentes etapas para poder conocer en qué nivel se encuentra la organización y así saber cómo actuar:

- **Estratégico:** aquí se toman en cuenta las estrategias como un plan de acción global. Se encarga de hacer las operaciones dentro del campo especulativo, las decisiones tomadas no son estructuradas sino por métodos de prueba y error hasta dar con la fórmula indicada.
- **Logístico:** en esta etapa se debe realizar una aproximación a nivel cognoscitivo de la empresa para poder orientar a los productores y a los encargados del mantenimiento de cada uno de los recursos necesarios para conseguir los objetivos.
- **Táctico:** hace referencia a todo aquello que tiene relación directa con el tacto, conocido por muchos como la mejor forma de emplear los recursos de la empresa.

- **Técnico:** son todas las maniobras operacionales que se utilizan junto a sus herramientas. (Pacheco, 2020)

La comunicación estratégica correctamente estructurada se convierte en un medio de gestión, negociación y control para la empresa. En este contexto, el plan de comunicación puede orientar la toma de decisiones porque contiene una serie de decisiones que están previstas para ser implementadas en el futuro. Al considerar las etapas de estrategias, logística, táctica y técnica, mejoraran las metas y formas a seguir, Por lo tanto, es muy importante que la organización planifique su autocontrol, las organizaciones no solo deben responder a reglas ineficientes, estímulos externos o procedimientos defectuosos, sino también implementar una ejecución y evaluación efectivas para que puedan lograr los resultados deseados (Pacheco, 2020).

Claves de la comunicación estratégica

Cada empresa en la medida que va creciendo y tomando posición en el mercado, necesita construir sus activos comunicacionales y además, alinearlos con su estrategia de negocio.

Algunos de ellos, son:

- **Branding:** Todo aquello que el marketing y las ventas no pueden alcanzar con sus acciones, lo debe hacer el branding. Construyendo una marca capaz de ser reconocida por los consumidores y al mismo tiempo, valorada
- **Posicionamiento:** Ninguna empresa nace siendo la líder del mercado y ese tránsito requiere de esfuerzos que la hagan ir adquiriendo mejor posición.
- **Responsabilidad Social Corporativa:** Todo aquello que la empresa hace tiene repercusión en su entorno y eso junto con ser evaluado previamente, debe ser atendido por la empresa.
- **Transformación digital:** Estar a la vanguardia de las nuevas tendencias digitales es parte de la administración de los intangibles comunicacionales.
- **Comunicación organizacional:** Los procesos de comunicación al interior de la organización son clave para que los colaboradores manejen una misma versión de la información y así no se esté expuesto a interpretaciones por falta de claridad en ella.

- **Transparencia:** El acceso a la información por parte de la comunidad es algo altamente valorado. En consecuencia, compartir memorias, información histórica, acciones de la empresa o bien, realizar procesos de reclutamiento abiertos, son aspectos que hacen que las personas tengan interés por conocer más sobre ella. (Nirian, 2019, p.20)

La comunicación estratégica es un método de gestión de los activos intangibles (naturaleza inmaterial) de una organización, utilizando el branding, el posicionamiento, la responsabilidad social corporativa, la transformación digital, la comunicación organizacional y la transparencia como claves de comunicación estrategia. Todas las empresas y organizaciones con y sin fines de lucro tienen activos intangibles que las hacen reconocidas por los empleados y la comunidad (Nirian, 2019).

Herramientas de la Comunicación Estratégica

Las herramientas pueden variar en función del tamaño de tu organización, el grado en que la gestión de marca se materializa en las decisiones que tomas y el número de personas que están realmente implicadas en el desarrollo de las comunicaciones.

Cada miembro de tu organización se comunica y buena parte de tu personal entra en contacto con los clientes y proveedores. También pueden beneficiarse de las herramientas explícitas, tales como marcos de mensajes que ayudan a ofrecer un fuerte contenido relacionado con su posición y los principios de la comunicación que le ayudarán a guiar sus comportamientos marca. Por este motivo es conveniente que te mires la imagen que se presenta a continuación.

En esta secuencia puedes observar como la productividad comunicativa requiere eficiencia, eficacia y efectividad comunicativa.

Pero esta afirmación, como se traduce:

- **Eficiencia:** significa que tienes que “hacer bien las cosas”, es decir, hacer la mejor comunicación buscando la mejor relación posible entre los recursos humanos y los resultados obtenidos – como hacer la comunicación.

- **Eficacia:** es como “hacer las cosas correctamente”, en otras palabras, cómo comunicar mejor para conseguir los resultados – Qué se debe hacer para comunicar.
- **Efectividad:** es “hacer bien las cosas correctas” o cómo llevar a cabo una comunicación eficiente y eficaz – Qué y Cómo comunicar. (Prats, 2016)

Para mejorar la productividad de nuestros emprendimientos debemos tomar en consideración; la eficiencia, que no es más que hacer las cosas bien, la eficacia, la forma de comunicar y la efectividad que es llevar a cabo una comunicación eficiente y eficaz, esto nos llevara al último y más importante requisito: organizar un equipo comprometido y entusiasta para completar el trabajo de forma exitosa (Prats, 2016).

1.6 HIPÓTESIS

1.6.1 Hipótesis General

La comunicación estrategia aplicada en emprendimientos comunitarios rurales tendrá un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico del recinto “San Mateo” del Cantón Mocache.

1.6.2 Sub-Hipótesis o Derivadas

- Las emprendedoras montubias del recinto “San Mateo” del Cantón Mocache, manejan la comunicación estratégica con sus inmediatos interlocutores: proveedores y colaboradores. Esto más que un asunto ético, es un tema de preparación en la administración de sus emprendimientos comunitarios rurales.
- Las herramientas de la comunicación estratégica influyen de manera significativa al desarrollo de emprendimientos comunitarios.
- La comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios representa para el recinto “San Mateo” uno de los mejores caminos para crecer económicamente como: personas, como organización y, en sentido más amplio, como comunidad.

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación tuvo como finalidad obtener información de manera general y relevante para poder evidenciar la situación problemática del trabajo investigativo, el mismo que permitirá al investigador seleccionar la noción de los hechos reales para seguir un orden y obtener información veraz y oportuna, sobre la situación social que limita a los habitantes del sector a emprender un negocio y la manera en que influye la aplicación de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios rurales con mujeres montubias en el recinto “San Mateo” del Cantón Mocache provincia de Los Ríos.

1.7.1 Modalidad de la Investigación

1.7.1.1 Enfoque cualitativo

Se denomina método cualitativo, porque se basa en contextos estructurales y situaciones, se la utilizo para así detallar de manera más rigurosa y oportuna la problemática existente de la investigación, la misma que nos permitirá identificar registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación y la encuesta, para de esta manera poder plantear las soluciones y recomendaciones adecuadas.

1.7.1.2 Enfoque cuantitativo

Este tipo de investigación se utilizó al momento de realizar la tabulación mediante métodos matemáticos y estadísticos de los datos recolectados durante la investigación de campo, la misma que es presentada de forma numérica.

1.7.2 Tipos de Investigación

1.7.2.1 Investigación Descriptiva

Esta investigación se utilizó para observar y describir la forma en que se plantea el problema, con el fin de obtener información de manera más profunda y detallada, y de esta forma obtener resultados, verificando los beneficios o perjuicios de la comunicación estratégica para el desarrollo e impulso de emprendimientos comunitarios.

1.7.2.2 Investigación Explicativa

Esto ayudo a estudiar el problema de forma más profunda y comprender el fenómeno de manera efectiva. En el proceso de realización de la investigación, es necesario adaptarse a nuevos descubrimientos y nuevos conocimientos sobre comunicación estratégica para promover emprendimientos comunitarios.

1.7.2.3 Investigación de Campo

Es el proceso que permitió obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, por lo que se convierte en uno de los tipos de investigación más importantes ya que tiene como objetivo recolectar información. De esta manera ayudara a evidenciar cómo influye la comunicación estratégica en el desarrollo que tenga la comunidad del sector “San Mateo”, cantón Mocache con respecto a los emprendimientos.

1.7.3 Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación

1.7.3.1 Metodología

Método Deductivo:

Es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera.

Método Inductivo:

El método inductivo se basa en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas para así poder llegar a una resolución o conclusión general sobre estos; es decir en este proceso se comienza por los datos y finaliza en una teoría, por lo tanto, se puede decir que asciende de lo particular a lo general.

1.7.3.2 Técnicas

En el proyecto de investigación Comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del cantón Mocache, se utilizarán las siguientes técnicas:

La observación

Fundamental en todo proyecto investigativo, la observación consiste en simplemente confrontar el fenómeno que se desea comprender y describirlo, tomar nota de sus peculiaridades, de su entorno, en fin, detallarlo. Suele ser el primer paso básico de todo tipo de saber.

Encuesta

Se utilizó esta técnica, en la cual se elaboró un cuestionario dirigido a las mujeres montubias habitantes del sector “San Mateo”, de la zona rural del Cantón Mocache, con el fin de obtener información adecuada y oportuna referente al tema. Esta técnica guía, permitirá determinar la importancia de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios rurales con mujeres montubias en el sector antes mencionado.

1.7.3.3 Instrumentos

Cuestionario

El fondo de las preguntas tendrá estrecha relación con el objetivo de estudio de la investigación, tratando en lo posible que el número de preguntas planteadas nos proporcionen respuestas efectivas para un diagnóstico confiable.

1.7.4 Población y muestra

La población para la presente investigación fue de 100 mujeres que habitan en el sector “San Mateo” del cantón Mocache, con un tamaño de muestra aleatoria intencional de 50 mujeres montubias, las mismas que fueron consideradas para diagnosticar la incidencia de la comunicación estratégica en el impulso y consolidación de proyectos de emprendimientos comunitarios en los sectores rurales.

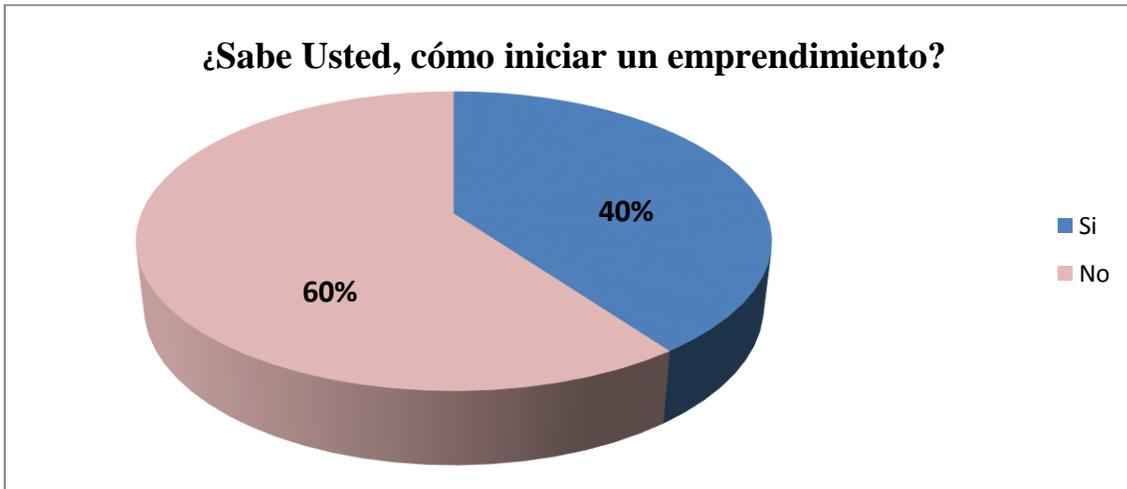
CAPITULO II.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DESARROLLO DEL CASO

Para el trabajo de investigación, Comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con Mujeres montubias del cantón Mocache. Se elaboró un cuestionario con 10 preguntas, las mismas que fueron aplicadas a 50 mujeres, de un total de 100 que habitan en el recinto San Mateo, sector rural tomado como el tamaño de la muestra aleatoria intencional, de la población total de las mujeres montubias, para dar cumplimiento con el objetivo general de la investigación que es diagnosticar la importancia de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios en las zonas rurales de este cantón.

1 ¿Sabe Usted, cómo iniciar un emprendimiento?

Gráfico 1: Cómo iniciar un emprendimiento



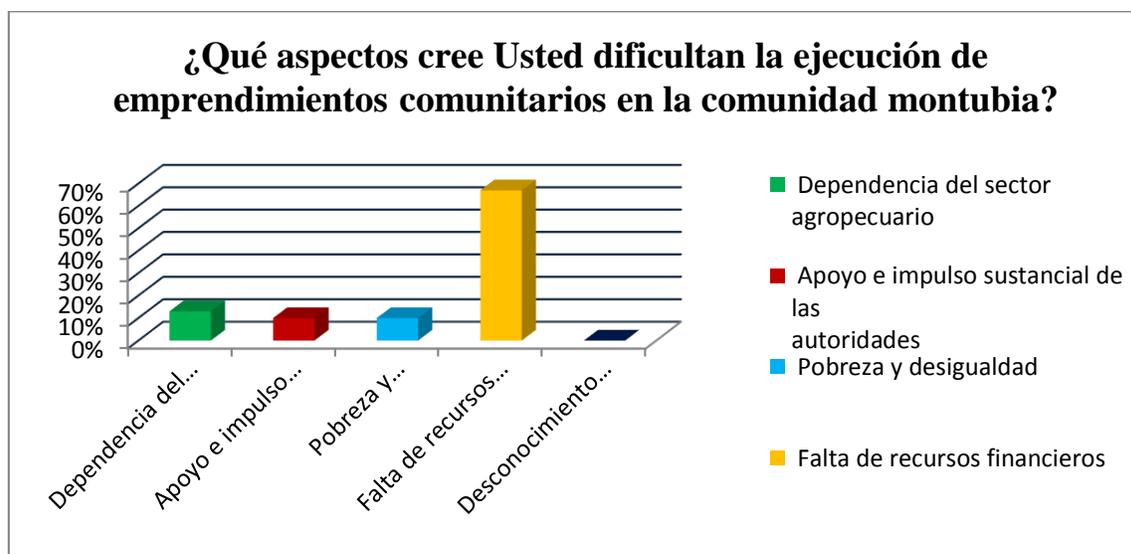
Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Análisis e Interpretación. – De las mujeres encuestadas en la zona rural del cantón Mocache, el 60% afirma que no saben cómo iniciar un emprendimiento comunitario, mientras que el 40% contestó que si conocen como iniciar un emprendimiento.

2 ¿Qué aspectos cree Usted dificultan la ejecución de emprendimientos comunitarios en la comunidad montubia?

Gráfico 2: Aspectos que dificultan la ejecución de emprendimientos comunitarios



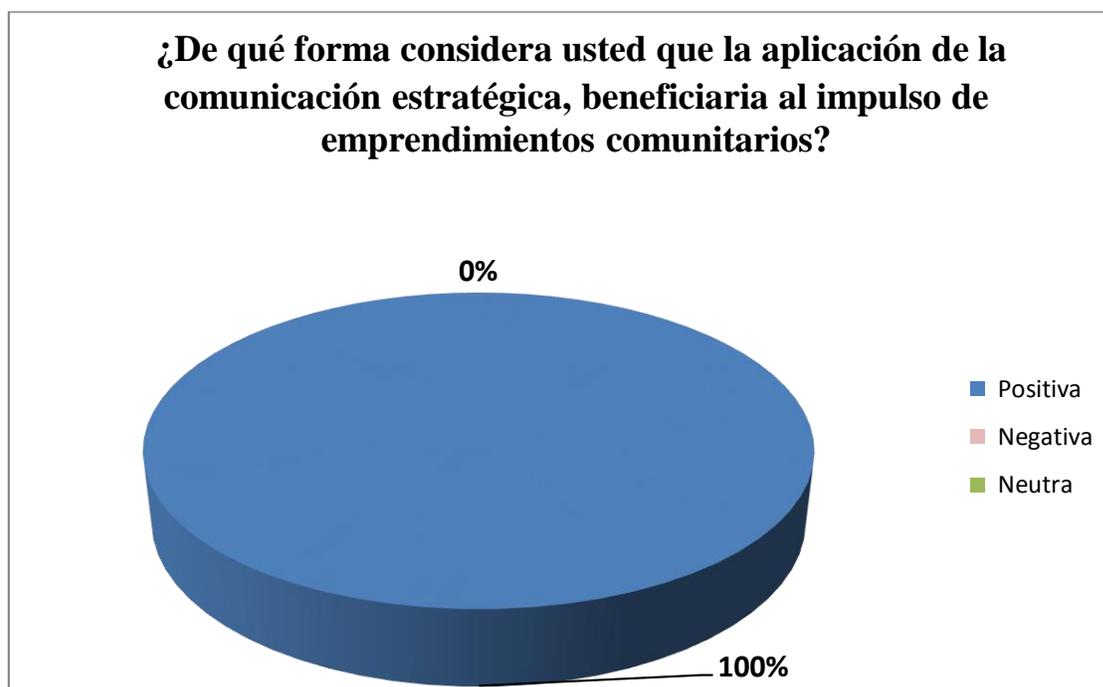
Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso

Análisis e Interpretación. – El 67% de las encuestadas contestó que la falta de recursos financieros, es el principal aspecto que dificulta la ejecución de emprendimientos comunitarios en la comunidad montubia del cantón Mocache, el 13% afirmó que es dependencia del sector agropecuario, mientras tanto el apoyo sustancial por parte de las autoridades, la pobreza y desigualdad coincide con un a 10% cada aspecto

3 ¿De qué forma considera usted que la aplicación de la comunicación estratégica, beneficiaría al impulso de emprendimientos comunitarios?

Gráfico 4: La comunicación estratégica y su beneficio en el impulso de emprendimientos comunitarios



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Análisis e Interpretación. –De las mujeres montubias de las comunidades rurales encuestadas el 100% que equivale a 50 mujeres consideran que la comunicación estratégica aplicada, al impulso de emprendimientos comunitarios beneficia de forma positiva a la ejecución de los mismos.

2.2 SITUACIONES DETECTADAS

- Mediante la aplicación de la encuesta a las mujeres de la comunidad montubia del cantón Mocache se logró detectar, que el 100% de ellas conoce que es un emprendimiento comunitario, mientras que solo el 40% saben cómo iniciarlo.
- Las mujeres de la comunidad montubia, consideran que el uso de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios, beneficiaria de forma positiva para promover el desarrollo de este tipo de proyectos.
- La carencia de recursos financieros, dependencia del sector agrícola y el apoyo sustancial de las autoridades, son los principales problemas que impiden que se desarrollen proyectos de emprendimientos comunitarios en las zonas rurales del cantón Mocache.
- La intervención de las mujeres montubias, en el impulso de emprendimientos comunitarios es crucial, el resultado de la encuesta lo demostró donde la mayor parte de las mujeres consideran que estos proyectos son una base de empoderamiento femenino.
- En la encuesta aplicada a las mujeres de comunidad montubia, del recito “San Mateo” del cantón Mocache, se pudo establecer que un grupo mayoritario de ellas, poseen habilidades de cocina- artes culinarias y agrícolas.

- Una gran parte de las mujeres montubias encuestadas nunca han recibido formación, sobre la comunicación estratégica para promover proyectos comunitarios en las zonas rurales, solo 21 de ellas misionaron que en el algún momento participaron en talleres y capacitaciones sobre la importancia de estos temas.
- Las principales motivaciones de las mujeres encuestadas, para iniciar su propio negocio es obtener ingresos económicos, ser su propia jefa y en el mejor de los casos lograr la independencia.
- Las mujeres montubias del sector rural “San Mateo”, están completamente de acuerdo en participar o formar parte de proyectos de emprendimientos comunitarios que aporten al desarrollo económico del sector, es decir, se cuenta con el apoyo de la mayor parte de la comunidad para emprender.
- A todas las mujeres de la comunidad rural encuestadas, les gustaría que les brinden capacitaciones sobre la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios. Para mejorar sus capacidades y habilidades al momento de emprender algún proyecto.

2.3 SOLUCIONES PLANTEADAS

- Conocer la importancia que tiene la comunicación estratégica en el impulso emprendimientos comunitarios con mujeres de las comunidades montubias del cantón Mocache.
- Realizar talleres, que beneficien directamente a las mujeres que habitan en los sectores rurales, sobre la comunicación estratégica y su influencia en el impulso de emprendimientos comunitarios.
- Las autoridades del cantón Mocache, deben crear y desarrollar proyectos de emprendimientos comunitarios, fundamentalmente con la participación de las mujeres que viven en las zonas rurales.
- Puesto que para llevar a efecto con éxito un emprendimiento comunitario, lo fundamental es que las mujeres montubias, pongan en práctica sus habilidades que poseen de forma empírica, ejercicios de sus derechos y participación en la toma de decisiones. Aspectos que ayudaran a garantizar el bienestar y la dignidad de todas las ciudadanas que formen parte de estos proyectos.
- A las mujeres de las zonas rurales, que nunca pierdan la esperanza, de poder llevar a cabo este tipo de emprendimientos, que la falta de recursos económicos, la pobreza, desigualdad y el apoyo sustancial por parte de las autoridades, no sean motivos de desmayo, si no las razones para generar nuevas ideas y formas de emprender.

2.4 CONCLUSIONES

- Las mujeres montubias del Cantón Mocache no han sido parte de proyectos de emprendimientos comunitarios, su economía es inestable, la mayoría no tiene un negocio, carecen de conocimientos de como iniciar un proyecto de emprendimiento, no han sido motivadas por ninguna institución u autoridad.
- Se determinó que la aplicación de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres de las zonas rurales del cantón Mocache, influye de forma positiva, lo que significa incluir el desempeño comunicacional del emprendedor durante todo el proceso productivo, cuyo fin será fomentar el desarrollo socioeconómico de las mismas.
- Existe una gran necesidad de ejecutar emprendimientos comunitarios por parte de las mujeres de la comunidad montubia del cantón Mocache, quienes tienen un alto potencial para querer llevar a cabo un emprendimiento. Es obvio que han adquirido empíricamente capacidades y habilidades, pero no cuentan con el apoyo de las autoridades, ni con los recursos económicos para iniciar proyectos empresariales comunitarios.
- Se evidencia la falta de capacitaciones con respecto al uso de la comunicación estratégica en los emprendimientos, y temas referentes a la idea de impulsar proyectos comunitarios establecidos para mejorar sus conocimientos y de esta manera puedan tener un mayor desenvolvimiento en las actividades a realizar.

2.5 RECOMENDACIONES

- Se sugiere diseñar y desarrollar estrategias de emprendimientos comunitarios que fomenten el desarrollo socioeconómico de las mujeres montubias del Cantón Mocache, promoviendo el empoderamiento femenino y el compromiso estable en la participación de proyectos de emprendimientos comunitarios.

- Se recomienda a las autoridades involucrar más a las mujeres de la comunidad montubia del cantón Mocache, que pretendan ser parte de los proyectos comunitarios, vinculando todas sus habilidades y capacidades para ponerlas en práctica, solicitando la participación de los líderes de los 144 recintos de las zonas rurales del cantón.

- Capacitar a las mujeres de las zonas rurales del cantón Mocache, en temas relacionados con la importancia de la comunicación estratégica en la promoción del desarrollo de emprendimientos comunitarios, y brindar información que contribuya a mejorar su desarrollo de capacidades en las diferentes actividades involucradas en el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Beltrán, S. J. (2013). EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO Y SU APORTE AL DESARROLLO SOSIOECONOMICO. En S. J. Beltrán, EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO Y SU APORTE AL DESARROLLO (pág. 29).
- Campos, G. (10 de Marzo de 2018). Disruptivo. tv . Obtenido de <https://disruptivo.tv/columnas-y-notas/papel-la-mujer-proyectos-emprendimiento/>
- Feged, D. (09 de Enero de 2014). La comunicación estratégica. Obtenido de <https://www.portafolio.co/opinion/daniel-feged/comunicacion-estrategica-54094>
- González, S. &. (2013). Emprendimiento y desarrollo de la comunidad. En S. G. Matilda, EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL DESARROLLO COMUNITARIO (pág. 24).
- Index, F. E. (10 de Marzo de 2018). Disruptivo.tv. Obtenido de <https://disruptivo.tv/columnas-y-notas/papel-la-mujer-proyectos-emprendimiento/>
- Maldonado, M. (26 de Febrero de 2012). Menos etiquetas mas libertad . Obtenido de <http://maridaliyamaldonado.blogspot.com/2012/02/que-es-la-comunicacion-estrategica.html>
- Massoni, B. y. (2016). Comunicación Estratégica: construcción. Strategic communication: communicational construction of the, 20.
- Pacheco, J. (22 de Myo de 2020). Web Y Empresas . Obtenido de <https://www.webyempresas.com/comunicacion-estrategica/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20se%20caracteriza,o%20para%20un%20proyecto%20independiente.>
- Prats, E. (21 de julio de 2016). Las herramientas de la comunicación estratégica. Obtenido de <https://www.pimealdia.org/es/eines-comunicacio-estrategica/>
- Suyana, F. (2015). DESARROLLO DE. Fundación Suyana, 41.
- Viñas, C. C. (27 de Mayo de 2017). Comunicación estratégica: vivir en un mundo de señales. Obtenido de <https://acertacomunicaciones.com/que-es-comunicacion-estrategica/>

ANEXOS

ANEXOS

TABLAS Y GRÁFICOS RESULTADOS OBTENIDOS

1 ¿Conoce Usted qué es un emprendimiento?

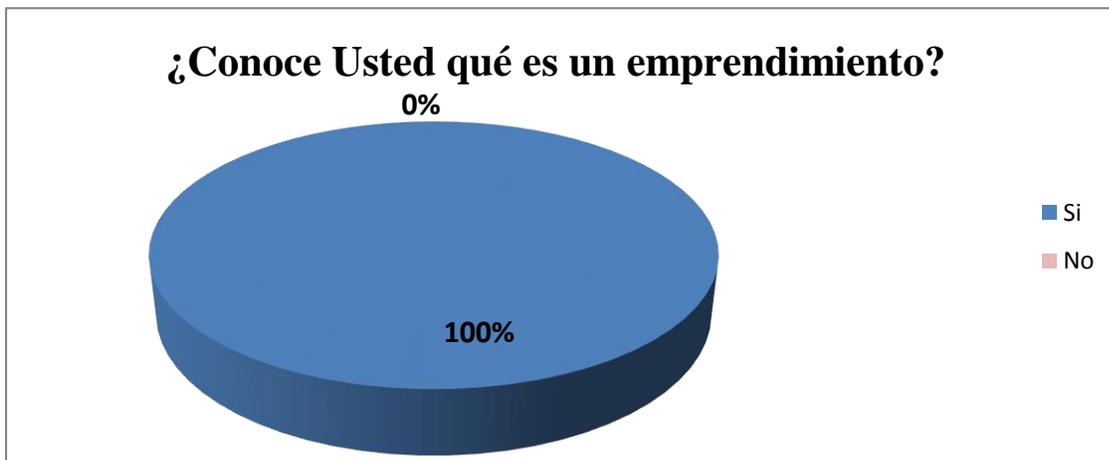
Tabla 1: Qué es un Emprendimiento

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Gráfico 1: Qué es un Emprendimiento



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Análisis e Interpretación. – En la gráfica N°1 podemos observar que el 100% de las mujeres encuestadas en las zonas rurales de este cantón, conocen que un emprendimiento.

2 ¿Sabe Usted, cómo iniciar un emprendimiento?

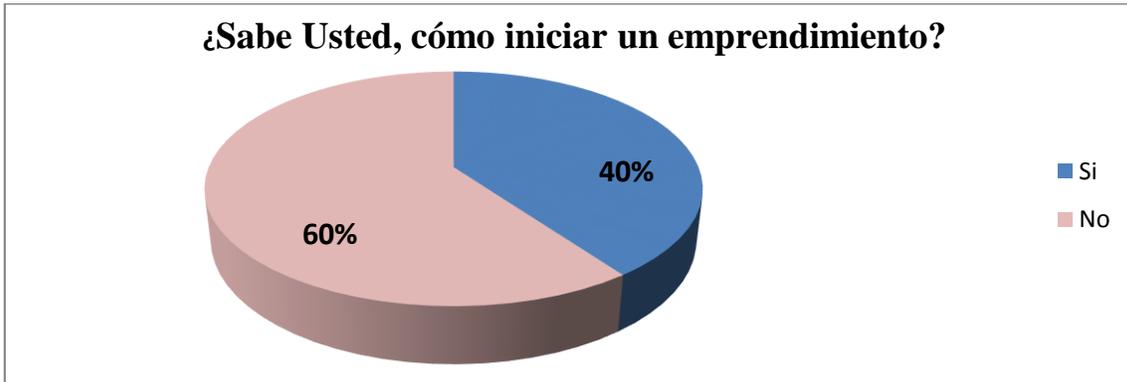
Tabla 2: Cómo iniciar un emprendimiento

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	22	40%
No	28	60%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Gráfico 2: Cómo iniciar un emprendimiento



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Análisis e Interpretación. – De las mujeres encuestadas en la zona rural del cantón Mocache, el 60% afirma que no saben cómo iniciar un emprendimiento comunitario, mientras que el 40% contestó que si conocen como iniciar un emprendimiento.

3 ¿Qué habilidades posee?

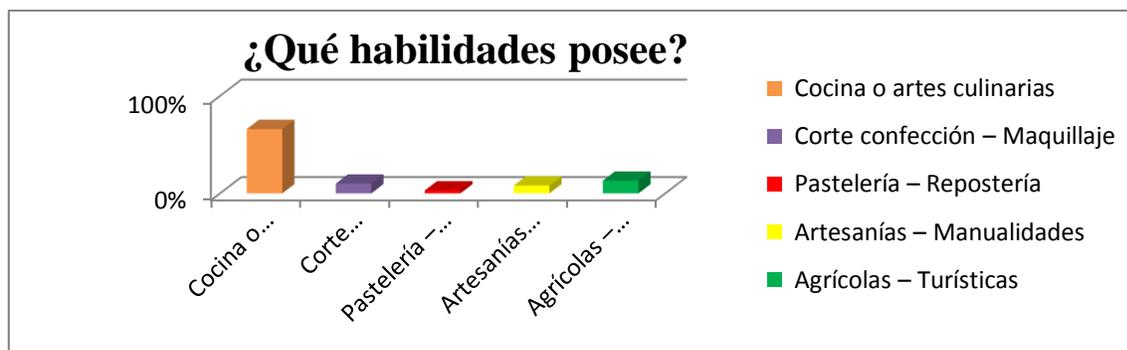
Tabla 3: Habilidades

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cocina o artes culinarias	30	66%
Corte confección – Maquillaje	5	10%
Pastelería – Repostería	3	3%
Artesanías – Manualidades	4	8%
Agrícolas – Turísticas	8	13%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Gráfico 3: Habilidades



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Análisis e Interpretación. – Se logró determinar que un 66% de las mujeres encuestadas, poseen habilidades de cocina o artes culinarias, seguido de las actividades agrícolas o turísticas con el 13%, un 10% de la población femenina montubia posee habilidades de corte confección y maquillaje, el 8% se dedica a actividades de artesanías y manualidades, mientras que el 3% tienen habilidades de pastelería y repostería.

4 ¿Qué aspectos cree Usted dificultan la ejecución de emprendimientos comunitarios en la comunidad montubia?

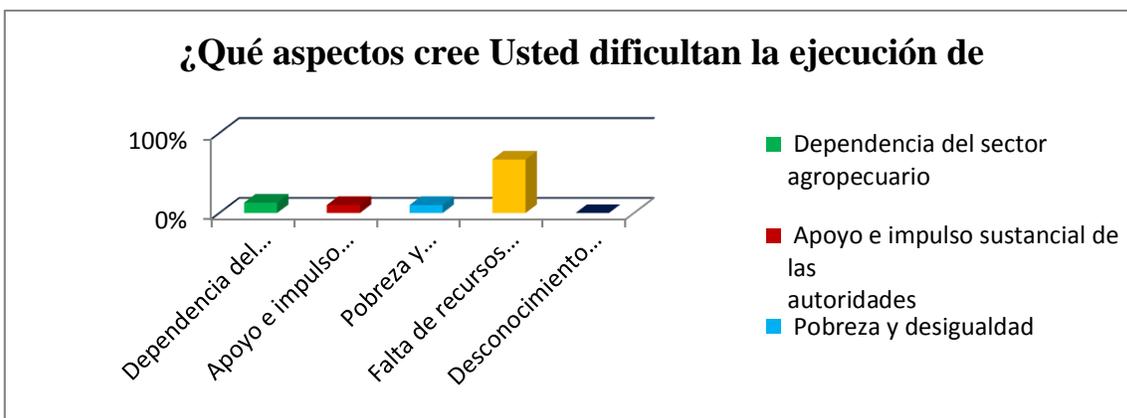
Tabla 4: Aspectos que dificultan la ejecución de emprendimientos comunitarios

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dependencia del sector agropecuario	8	13%
Apoyo e impulso sustancial de las autoridades	6	10%
Pobreza y desigualdad	6	10%
Falta de recursos financieros	30	67%
Desconocimiento sobre el tema	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Gráfico 4: Aspectos que dificultan la ejecución de emprendimientos comunitarios



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.
Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso

Análisis e Interpretación. – El 67% de las encuestadas contestó que la falta de recursos financieros, es el principal aspecto que dificulta la ejecución de emprendimientos comunitarios en la comunidad montubia del cantón Mocache, el 13% afirmó que es dependencia del sector agropecuario, mientras tanto el apoyo sustancial por parte de la autoridades, la pobreza y desigualdad coincide con un 10% cada aspecto.

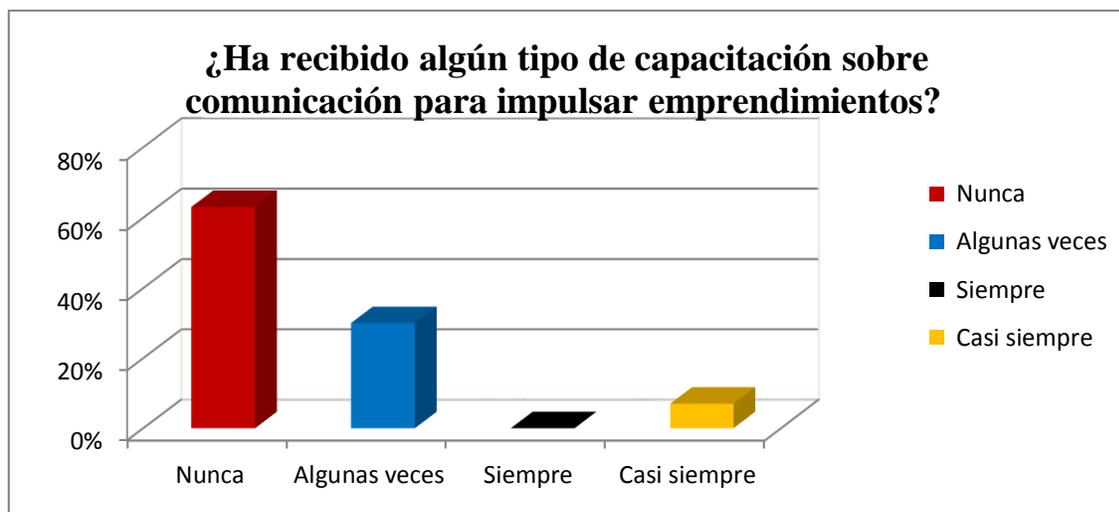
5 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación sobre comunicación para impulsar emprendimientos?

Tabla 5: Capacitación sobre comunicación para impulsar emprendimientos

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	29	63%
Algunas veces	14	30%
Siempre	0	0%
Casi siempre	7	7%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.
Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso

Gráfico 5: Capacitación sobre comunicación para impulsar emprendimientos



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso

Análisis e Interpretación. – El 63% de las mujeres montubias encuestadas, nunca han recibido capacitación, sobre la comunicación para impulsar proyectos de emparedamientos comunitarios en las zonas rurales, el 30% de ellas algunas veces y el 7% contesto casi siempre.

6 ¿Cuál es la motivación principal por la que usted decidiría iniciar su propio negocio?

Tabla 6: Motivación principal para iniciar su propio negocio

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Independencia	9	13%
Ser mi propio jefe	12	23%
Obtener ingresos	29	63%
Frustración laboral	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso

Gráfico 6: Motivación principal para iniciar su propio negocio



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Análisis e Interpretación. – Se determinó que obtener ingresos con el 63%, es la primera motivación por la que las mujeres de la comunidad montubia del cantón Mocache, decidirían iniciar su propio negocio, el 23% contestó ser su propia jefa y el 13% optó por la independencia.

7 ¿De qué forma considera usted que la aplicación de la comunicación estratégica, beneficiaria al impulso de emprendimientos comunitarios?

Tabla 7: La comunicación estratégica y su beneficio al impulso de emprendimientos comunitarios

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Positiva	50	100%
Negativa	0	0%
Neutra	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Gráfico 7: La comunicación estratégica y su beneficio al impulso de emprendimientos comunitarios



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Análisis e Interpretación. – De las mujeres de las comunidades rurales encuestadas el 100% que equivale a 50 mujeres consideran que la comunicación estratégica aplicada, al impulso de emprendimientos comunitarios beneficia de forma positiva a la ejecución de los mismos.

8 ¿Estaría de acuerdo en participar en proyectos de emprendimientos comunitarios que aporten al desarrollo de la economía de su comunidad?

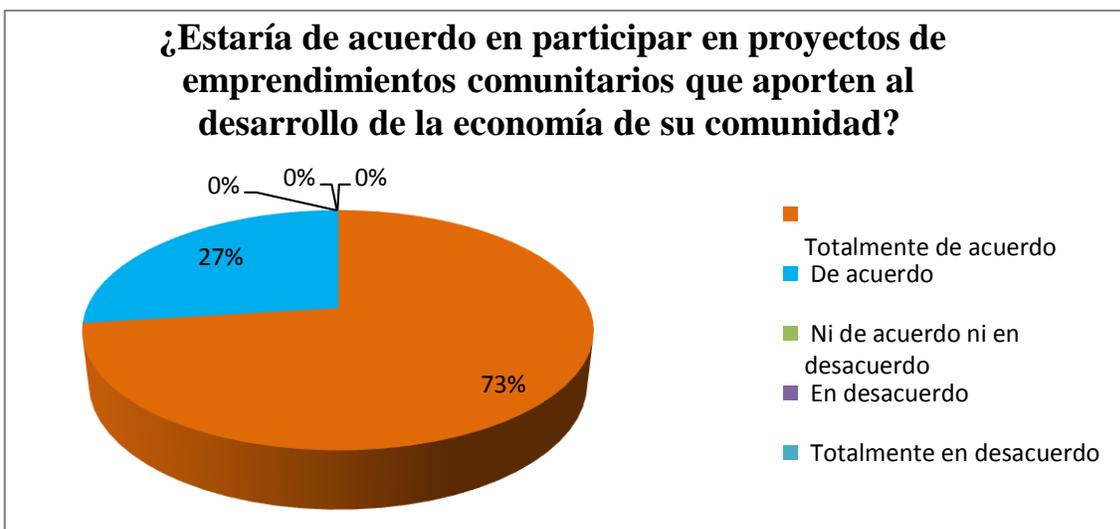
Tabla 8: Participación en proyectos de emprendimientos comunitarios

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Totalmente de acuerdo	42	73%
De acuerdo	8	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Gráfico 8: Participación en proyectos de emprendimientos comunitarios



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Análisis e Interpretación. – El 73% de las mujeres manifestaron que están totalmente de acuerdo, en participar y formar parte de emprendimientos comunitarios, así mismo el 27%, de las ciudadanas de las zonas rurales del cantón Mocache están de acuerdo.

9 ¿Considera usted que el rol de la mujer en el impulso de emprendimientos comunitarios es una iniciativa productiva económica y social, que se puede utilizar como medio de empoderamiento de forma individual y colectiva?

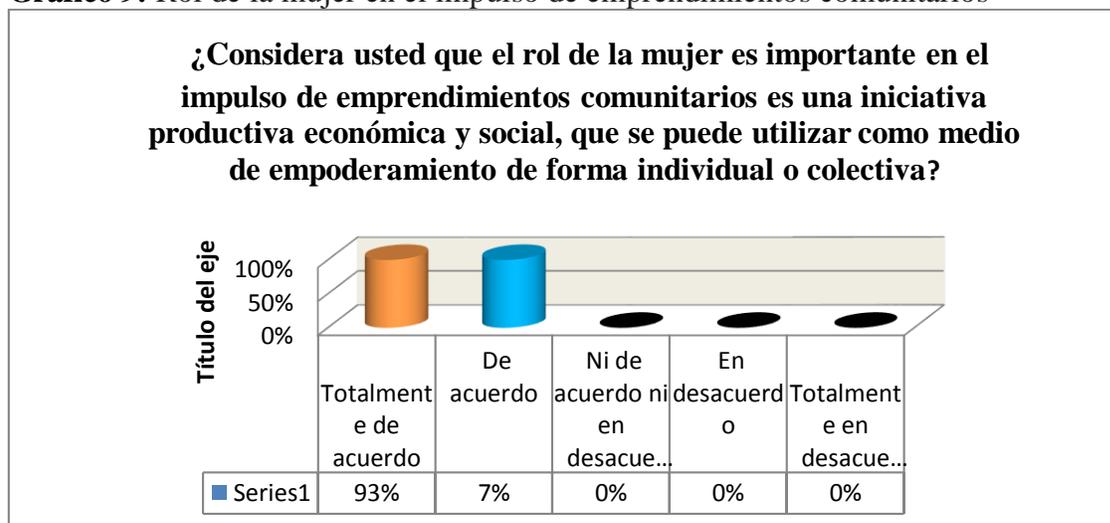
Tabla 9: Rol de la mujer en el impulso de emprendimientos comunitarios

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Totalmente de acuerdo	48	93%
De acuerdo	2	7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Gráfico 9: Rol de la mujer en el impulso de emprendimientos comunitarios



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Análisis e Interpretación. – La participación de las mujeres en el impulso de proyectos de emprendimientos comunitarios es fundamental, por lo que las mujeres encuestadas lo confirmaron con un 93% de apoyo, dato que se puede utilizar como base de empoderamiento femenino de forma individual y colectiva.

10 ¿Le gustaría recibir capacitaciones sobre el uso de la comunicación estratégica en el impulso de los emprendimientos comunitarios?

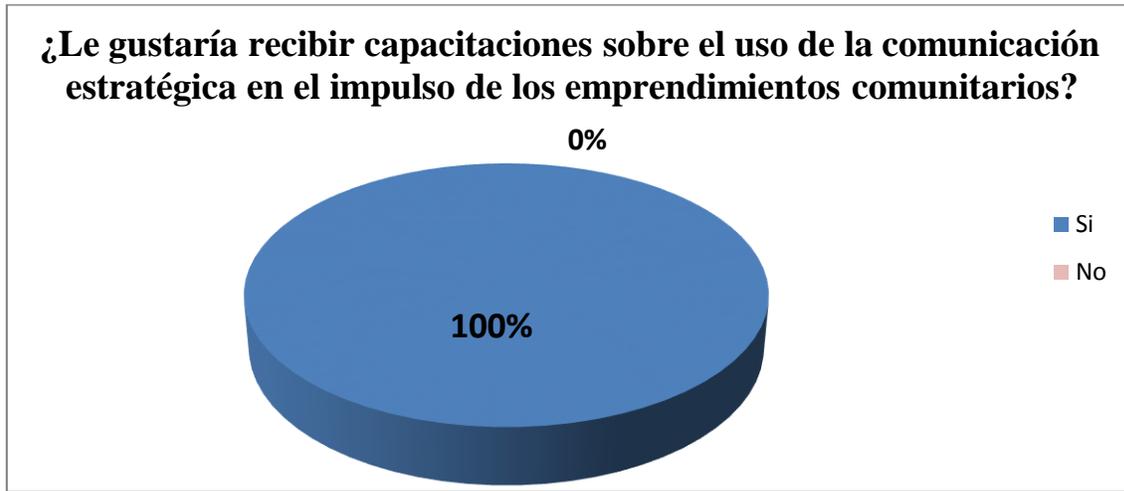
Tabla 10: Capacitación emprendimientos comunitarios

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.

Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado.

Gráfico 10: Capacitación emprendimientos comunitarios



Fuente: Encuesta a mujeres montubias del cantón Mocache.
Elaborado por: Hugo Fabricio Maldonado Piloso.

Análisis e Interpretación. – La encuesta realizada a las mujeres de la comunidad montubia del cantón Mocache revela que el 100% de las encuestadas indican que si les gustaría recibir capacitación sobre el uso de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA:

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL IMPULSO DE EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS CON MUJERES MONTUBIAS DEL CANTÓN MOCACHE, AÑO 2021

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
Problema General: ¿De qué manera la Comunicación Estratégica influye en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del cantón Mocache?	Objetivo General: Determinar la importancia de la comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios en las zonas rurales del cantón Mocache.	Hipótesis General: La comunicación estrategia aplicada en emprendimientos comunitarios rurales tendrá un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico del recinto “San Mateo” del Cantón Mocache.	Identificación de: Variable Dependiente: Emprendimientos Comunitarios Rurales Variable Independiente: Comunicación Estratégica	Métodos: Método Deductivo. Método Inductivo. Tipos de Investigación: Investigación Descriptiva. Explicativa. Y de campo

Problemas Específicos:	Objetivos Específicos:	Hipótesis Específicas:	Identificación de las variables en cada una de las subhipótesis:	Población:
P.E.1 ¿Cuál es la importancia de generar un plan de formulación, formación y ejecución de estrategias de comunicación y relacionamiento humano?	O.E.1 Identificar los referentes teóricos y metodológicos sobre las estrategias de comunicación en emprendimientos comunitarios que sustenten el desarrollo de la investigación.	H.E.1 Las emprendedoras montubias del recinto “San Mateo” del Cantón Mocache manejan la comunicación estratégica con sus inmediatos interlocutores: proveedores y colaboradores. Esto más que un asunto ético, es un tema de preparación en la administración de sus emprendimientos comunitarios rurales.	Variable Dependiente: Emprendimientos Comunitarios Rurales. Variable Independiente: Comunicación Estratégica.	Población: 100 Mujeres Muestra – Población. 50 Mujeres Técnicas: Observación. Encuestas.

<p>P.E.2</p> <p>¿Cómo influyen las herramientas de comunicación estratégica en emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del recinto “San Mateo” Cantón Mocache?</p>	<p>O.E.2</p> <p>Estudiar las herramientas de comunicación que utilizan los emprendimientos del sector rural actualmente.</p>	<p>H.E.2</p> <p>Las herramientas de comunicación estratégica influyen de manera significativa al desarrollo de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias del recinto “San Mateo” del Cantón Mocache.</p>	<p>Variable Dependiente:</p> <p>Emprendimientos Comunitarios Rurales.</p> <p>Variable Independiente:</p> <p>Comunicación Estratégica.</p>	<p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionario</p> <p>Tratamiento Estadístico:</p> <p>Procesamiento de datos, análisis e interpretación de resultados.</p>
<p>P.E.3</p> <p>¿Cuál es el nivel de emprendimiento comunitario rural existente, técnicas e instrumentos que utilizan las mujeres montubias del recinto “San Mateo” Cantón Mocache?</p>	<p>O.E.3</p> <p>Analizar el nivel de emprendimiento actual, técnicas e instrumentos de estudios sobre las estrategias de emprendimientos</p>	<p>H.E.3</p> <p>La comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios representa para el recinto “San Mateo” uno de los mejores caminos para</p>	<p>Variable Dependiente:</p> <p>Emprendimientos Comunitarios Rurales</p>	

comunitarios con mujeres montubias del recinto “San Mateo” del Cantón Mocache.

crecer económicamente como: personas, como organización y, en sentido más amplio, como comunidad.

Variable Independiente:
Comunicación Estratégica

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS A MUJERES DE LA COMUNIDAD MONTUBIA DEL RECINTO SAN MATEO DEL CANTÓN MOCACHE

