



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MODALIDAD PRESENCIAL



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

PROBLEMA:

ESTUDIO DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN EL MEDIO
AUDIOVISUAL REY TV, AÑO 2021.

AUTOR:

MORALES SÁNCHEZ JOAO MARCELO

TUTOR:

MSC. PATRICIA YAJAIRA JADAN SOLIS

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2021

RESUMEN

Para toda empresa es muy importante realzar su medio de comunicación entre los consumidores, el objetivo de esta investigación es estudiar las estrategias comunicacionales en el medio audiovisual Rey Tv año 2021 en la provincia de Los Ríos. Se un problema en la empresa audiovisual dado que no existen estrategias de comunicación.

Se requiere unas estrategias para los medios de comunicación que identifiquen y use adecuadamente los medios apropiados, formular unas estrategias para los medios de comunicación debería seguir los pasos de la planificación estratégica que se enuncia en planificación y estrategias la situación debe definir los objetivos claros, planificar la acción y los resultados de la estrategia en los medios de comunicación. En este sentido se propone una alternativa de incorporar a los medios de comunicación.

Palabras Claves: Investigación, Estrategia comunicacional, Audiovisual, Medios, Planificación.

ABSTRACT

For every company it is very important to enhance its means of communication among consumers, the objective of this research is to study communication strategies in the Rey Tv audiovisual medium in 2021 in the province of Los Ríos. It is a problem in the audiovisual company since there are no communication strategies.

Strategies are required for the media that identify and properly use the appropriate media, formulate strategies for the media should follow the steps of strategic planning that is stated in planning and strategies the situation should define clear objectives, plan the action and results of the strategy in the media. In this sense, an alternative of incorporating the media is proposed.

Keywords: Research, Communication Strategy, Audiovisual, Media, Planning.

ÍNDICE

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN	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 Objetivo de la Investigación.	13
1.4.1 Objetivo General.	13
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	14
2.1 Marco teórico y teoría sustantiva.	14
2.2 Marco referencial.	14
2.3 Definición de Términos Básicos.	14
2.3.1 ¿Qué es Estrategia Comunicacional?	14
2.3.2 ¿Cuál es la importancia de la estrategia comunicacional?	15
2.3.3 Estrategias Comunicacionales.	15
2.3.4 Medios de comunicación.	16
2.3.5 Teoría de los medios de comunicación.	16
2.3.6 Tipos de medios de comunicación.	17

2.3.7 Tipos de medios Audiovisuales.....	18
2.3.8 Funciones de los recursos audiovisuales.	19
2.3.9 Fundamentación Histórica.....	19
2.3.10 Fundamentos epistemológicos en la comunicación.....	20
2.3.11 Fundamentación Legal.....	21
2.3.12 Definición de Términos	22
2.3.13 Estrategia para los medios de comunicación.....	23
2.4 ¿Qué son los medios Audiovisuales?	24
2.4.1 Clasificación de los Medios Audiovisuales.	24
2.4.1 ¿Para qué sirve los Medios Audiovisuales?	25
2.5 Hipótesis de la Investigación.	26
2.5.1 Hipótesis General.....	26
III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.2 Técnicas de Investigación.	28
3.3 Población y Muestra.....	28
3.3.1 Población	28
3.3.2 Muestra	29
3.4 Situaciones Detectadas.....	30
3.5 Soluciones Planteadas.	31
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	32
4.1 Conclusiones.	32

4.2 Recomendaciones	33
Bibliografías	34
ANEXOS	36

ESTUDIO DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN EL MEDIO
AUDIOVISUAL REY TV, AÑO 2021.

INTRODUCCIÓN.

Esta investigación está planteada en el estudio de las estrategias comunicacionales, en los medios de comunicación del cantón Quevedo.

Los medios desde su inicio se revelan como los más eficientes difusores del mundo, ya que la comunicación sobra la mayor importancia, como en los seres humanos y las organizaciones estratégicas en la cual se requiere lograr objetivos y metas para un medio de comunicación.

Las estrategias de la comunicación son aquella que todos los recursos comunicativos de una institución o empresa audiovisual usan para poder crear un proceso de intervención participativo entre la entidad y la ciudadanía, lo que permite cumplir todos los objetivos al momento de emitir alguna información importante que fortalezca la imagen de dicha institución audiovisual y comunicacional. Es destacable resaltar el impacto de las estrategias comunicacionales en la mejora u solidificar la imagen para dar una excelente capacidad de llegar al público e influir en la opinión pública.

El papel que rinde un medio audiovisual desempeña un rol importante a la hora de elaborar un plan de comunicación estratégica efectivo, por lo que es necesario tener un mayor conocimiento de todos los acontecimientos que están ocurriendo para poder ejecutar estrategias necesarias para promover la imagen del medio audiovisual o a su vez tomar decisiones correctas, que permitan solucionar los problemas que presenta y causen daño al medio de comunicación audiovisual.

Para que el medio audiovisual de Rey Tv logre un adecuado desempeño sin tener una desinformación y estar expuestos a rumores mal entendidos que perjudiquen es esencial reformar nuevas estrategias de comunicación solificandose el rango de información generando conocimiento y así establecer una comunicación más efectiva tanto al aspecto interno y externo y así demostrando virtudes que este medio audiovisual posee.

La investigación es centrada en pautas y pasos que son necesarios para poder conocer a las estrategias comunicacionales en un medio audiovisual, ya que permite estudiar la iniciativa en el nivel de comunicación dentro de la jerarquía organizacional y al entorno que pertenece para crear esencialmente una mejora y evitar problemas que podrían perjudicar la imagen de la institución de información.

I. Planteamiento del Problema

1.1 Descripción de la situación Problemática.

Las estrategias comunicacionales, en el medio audiovisual específicamente es la clase de trabajo que desarrollan los periodistas en la localidad; llegando a ver cuáles son sus tipos de conocimiento a la hora de investigar un tema de actualidad, diagnosticando y respetando una información.

En la empresa Rey Tv se ha denotado últimamente que no aplican el estudio de las estrategias comunicacionales que posicionen su marca en los distintos segmentos del mercado y las actividades de trabajo en el campo se observa una publicidad muy pobre por parte de la empresa, no se ve ningún tipo de actividades en las calles, que realcen a la empresa permitiendo que penetre en la mente de los consumidores logrando comunicar estratégicamente sus servicios.

La investigación sobre el estudio de las estrategias comunicacionales en el medio audiovisual Rey Tv, es con el fin de conocer las capacidades que tienen, los comunicadores sociales dentro de la empresa televisiva y en la localidad.

Con la finalidad que estas estrategias comunicativas, sean acatadas en los medios de comunicación, como de la población para la aceptación y valoración de los periodistas Quevedeños a la hora de desarrollar su trabajo diario.

Inseparablemente los canales de comunicación son de suma importancia, porque permite informar de una manera adecuada a la hora de comunicar una noticia, pero un programa posee mayor aprobación por lo que presenta y a su vez el contenido que con lleva.

1.2 Formulación del Problema.

1.2.1 Problema General.

- ¿Cuál es el estudio de la estrategia comunicacional en el medio audiovisual Rey Tv, Año 2021?

1.3 Justificación

Como profesional de la comunicación con el objetivo de informar, opinar, entretener y orientar otras de las metas es velar por que la comunicación se ejecute de la mejor manera ante la adversidad económica, políticas y sociales actuales.

Debido a lo anterior se quiere proponer una estrategia comunicacional para el reconocimiento en los medios audiovisuales donde personas de talla estándar pueden adquirir información y evidenciar la desigualdad e incomodidades que las personas con un síndrome de origen genético llamado acondroplasia, el cual limita el crecimiento de su vivencia diaria.

Siendo el profesional de la comunicación quien asume un papel importante dentro de la sociedad al momento de recabar información y trasladar ya sea al lector, al televidente o al radio escucha. Es relevante que todo profesional en ciencias de la comunicación mantenga la madurez, ética y responsabilidad que aborda la comunicación como espacios estratégicos, acción y comprensión de la diversidad enfocada en la tolerancia e inclusión.

Una estrategia anterior tiene para este informe una importancia especial. Lo que se presente lograr con las artes audiovisuales al final de estudio es que tenga evidencia más en la estrategia, en resumen, que los productos que resulten de estas prácticas académicas sean para beneficio de la sociedad que informan en diversas sociedades.

Para más claro el funcionamiento y la estrategia comunicacional es importante analizar sus objetivos, la gestión y políticas institucionales, los cambios internos, su imagen trayectoria y reputación.

Es importante entonces entender que la comunicación estratégica es transversal a todas las organizaciones y que es a partir de las labores y actividades de sus miembros como se proyecta mejor la imagen corporativa tanto a nivel interno como externo. Unidos a esto, el buen manejo de la información, la preparación de líderes de opinión dinámicas juntos con estrategias de comunicación que se vinculan en factores que aportan valores estratégicos a las organizaciones de trabajo.

Las estrategias de comunicación trascienden desde el ámbito que suelen ser las imágenes corporativas en una empresa de los elementos visuales, que dan identidad al origen y objetivos, así como el intercambio y flujo de información que permitan la integración de misión y visión de manera interna.

En el ámbito de las estrategias comunicacional son aquellas que permiten interactuar con la sociedad, para introducir a estos el conocimiento y reconocimiento de los objetivos de una institución que suelen ser las campañas de difusión y las acciones sociales.

1.4 Objetivo de la Investigación.

1.4.1 Objetivo General.

- Analizar el estudio de las estrategias comunicacionales en el medio audiovisual Rey Tv, año 2021.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Marco teórico y teoría sustantiva.

2.2 Marco referencial.

2.3 Definición de Términos Básicos.

2.3.1 ¿Qué es Estrategia Comunicacional?

Como sabemos las estrategias comunicacionales son herramientas planteadas que toman diferentes aspectos los cuales son:

- Objetivos Generales
- Mensajes
- Acciones a ejecutar
- Variable indicadora
- Instrumentos
- Plazo de tiempo de ejecución

Así prácticamente la importancia de una empresa de comunicación debe tener información sintetizada y coherente en el proceso público con el propósito de importancia en comunicar y establecer información.

2.3.2 ¿Cuál es la importancia de la estrategia comunicacional?

Al momento de generar un nuevo proyecto todo emprendedor o empresa tiene como objetivo fundamental lograr la mayor cantidad de ventas, ¿cierto? Entonces, de seguro no podemos preguntar ¿Cómo vamos a lograr vender nuestro producto o servicio?, es aquí donde entran las estrategias comunicacionales.

Este conocimiento que aborda, tendrá una consecuencia positiva en la percepción de las personas hacia tu empresa y terminara por convertirse en clientes, así que es importante que tu estrategia de comunicación está basada en lo que eres y lo que quieres mostrar.

2.3.3 Estrategias Comunicacionales.

Una empresa de comunicación hoy en día ya no es una buena opción. “Hoy, las estrategias de muchas de las empresas de comunicación, se basan en trabajar con especialistas freelances que pueden cubrir las necesidades de nuevos proyectos que se establezca un medio de comunicación”, (Sanchez , 2017, p. 53).

Pequeñas estructuras capaces de ser muy amplias, a través de su red de contactos, en el lugar de la antigua mentalidad basada en crear grandes estructuras de personal con elevadísimos costos fijos, no siempre amortizados por la demanda del mercado.

Las estrategias de comunicación se basan en la búsqueda de información a través de los ciudadanos que están más cerca de los eventos acontecidos con estas estrategias reducirán los costos administrativos optimizando los recursos de la empresa.

2.3.4 Medios de comunicación.

(Tinorio, 2018, p. 31), “Detalla, que los medios de comunicación se convierten en el centro neurológico de una sociedad donde el poder se fragmenta y solo queda como espacio común la llamada opinión pública”.

Los medios de comunicación son todos aquellos elementos o medios que permiten canalizar, comunicar la información para que llegue a un destinatario.

2.3.5 Teoría de los medios de comunicación.

Las principales teorías y áreas de investigación de los estudios de comunicación social y de los medios de comunicación de masas, abordadas desde una perspectiva que intenta tener en cuenta todas las dimensiones de la comunicación de masas.

Las principales ediciones existentes, la mayoría centrada en la mera cuestión de las teorías de los efectos sociales en los medios de comunicación, la compleja producción teórica y de investigación que contempla todos los sistemas de los medios de comunicación, de la estructura productiva, “los textos y contenidos hasta, finalmente la cuestión del público, del consumo y sus efectos así definió”, (Boni, 2016)

Los medios de comunicación realizan un estudio de las tres respectivas dimensiones, permaneciendo pues fiel al enunciado del que parte de volumen, relativo precisamente a la introducción de teorías de la comunicación de masa y no de aparatos metálicos.

Una de las teorías es que los medios de comunicación son instrumentos de medición de audiencia, constituye un criterio para la exposición de las principales direcciones teóricas y de investigación relativa de un objeto de estudio que este bien planteado ya que por importancia las estrategias comunicaciones en los medios de comunicación son fundamentales en la productividad del medio.

2.3.6 Tipos de medios de comunicación.

En primer lugar, se puede visualizar que los medios de comunicación se dividen en tres grandes grupos los cuales son fundamentales en el mundo global:

- **Medios Masivos:** Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado, también se conocen como medios medidos.
- **Medios Auxiliares o Complementarios:** Estos afectan a un mejor número de personas en un miento dado. Asu vez se reconocen como medios no estructurados.
- **Medios Alternativos:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.

Existen varios tipos de medios de comunicación, pero los más relevantes son los, medios masivos que llegan a la mayor cantidad de población, los alternativos que son todo tipo de actividades que buscan publicar de alguna manera un mensaje.

2.3.7 Tipos de medios Audiovisuales.

➤ Televisión

Nos da a conocer el proceso de imágenes y sonidos en el cual son captadas en hogares por medio de un dispositivo visual.

➤ Diapositivas.

Una de las ayudas audiovisuales más utilizadas por los maestros. Son simples fotografías, hechas sobre una fina lamina de vidrio y recubierta por los laterales plásticos. Para la utilización se necesita un proyector de la cual sale una luz necesaria para que la fotografía se vea sobre un panel blanco. Las diapositivas son colocadas en una “cajita” para seguir el orden.

➤ Radio.

Es un medio de comunicación que nos facilitan el escuchar a través de ondas de sonidos. Se usan también para otras formas de envío de audio distancia como la radio por internet. El conocimiento de la radio es muy complejo e importantes porque es uno de los primeros medios de comunicación establecido a través de ondas magnéticas.

➤ **Fotografía.**

Se puede considerar la fotografía como algo motivador. Como algo más didáctico y no tan práctico, podemos decir que el poder contar con la fotografía de excursiones, visitas nos puede servir para hacerles recordar algún tema a los niños, jóvenes o adultos.

2.3.8 Funciones de los recursos audiovisuales.

(Gonzales , 2028, p. 61), “Nos supo expresar por su objetividad y valor gráfico que, se hacen fácilmente perceptibles a la vista y comunican las ideas con mayor claridad provocando curiosidad, que el principio del interés”.

Entre estos tipos de medios de comunicación lo más relevante tenemos la televisión, la radio, la prensa, en donde se transmiten mensajes relacionados con temas sociales y particulares, entre sus funciones están la de persuadir y recordar un mensaje.

2.3.9 Fundamentación Histórica.

(Sanchez , 2017, p. 64) la evolución de las estrategias publicitarias y de comunicación, caminan de forma paralela con la evolución de la disciplina estratégica y el marketing, los cambios se producen en las necesidades del consumidor cuando su reflejo está en todas estas disciplinas

A partir de ese tiempo comienza lo que podemos denominar los años dorados de las estrategias y sobre todo en la comunicación, esta impulsa, casi en exclusiva por lo que ha provocado que es las últimas décadas.

Casi toda la innovación de las estrategias comunicacionales se la genere en la Business School, algo que sin duda ha dado momentos de gloria en el ámbito comunicacional.

En la actualidad las estrategias comunicacionales abarcan la publicidad y sobre todo están basadas en fundamentos comerciales, todas las empresas hoy en día los canales de televisión, se basa en como poder posicionar o buscar lealtad de una marca hacia los consumidores reales o potenciales de un producto específico.

2.3.10 Fundamentos epistemológicos en la comunicación.

Las nuevas tecnologías que ha modificado los procesos comunicativos en el entorno al mundo digital, volviéndolos cada vez más sistemáticos, independientes y conectados.

La comunicación es una variable estratégica que cuando se la gestiona en función de los objetivos de la organización de modo tal que le agregue valor para que su aporte dentro de la misma no dependa del azar o la suerte sino de su eficiencia utilización como una herramienta clave, para ello esto no puede ser ajeno a la innovación que cotidianamente se dan en el campo profesional y académico, (Carbonell, 2019, p. 93).

Pero la comunicación sigue siendo la encargada de planificar, gestionar y evaluar los flujos de información interpersonales y mediatizados que te añaden tanto al público interno como al externo, en la relación directa con los objetivos de la organización y el sector social, comercial del cual está inmerso y forma parte.

Partiendo tanto se lo propone como la gestión estratégica de la comunicación se transforma en un vector de competitividad fundamental dentro de los nuevos escenarios organizacionales y forma parte de los procesos de gestión integral.

2.3.11 Fundamentación Legal.

En la actualidad en Ecuador, la información se considera un bien común y con derecho social en la repartición de información sea buena o a su vez constante. La (Ley Organica de Comunicacion , 2013, Art. 60 p. 24), Expresa literalmente:

Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. Para efecto de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifica y clasifican en:

- Información-I
- De Opinión-O
- Formativos/Educativos/Culturales-F

- Entretenimiento-E
- Deportivos-D
- Publicitario-P

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la superintendencia de la información comunicacional como una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que omita cumplir con esta.”

2.3.12 Definición de Términos

Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir la información de una entidad a otra. “Los procesos de comunicación son interacciones medidas por los signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes”, (Espinoza , 2015).

También se considera la comunicación el intercambio de la información entre los sujetos u objetos. Desde este punto de vista, la comunicación incluye temas técnicos (por ejemplo, telecomunicaciones), la filosofía biológica (por tanto, la función y evolución) son cosas importantes en el flujo audiovisual y de comunicación.

Para (Forero , 2013) “El hombre es un ser sociable que necesita de los demás para sentirse bien y poder compartir con ellos opiniones, dudas, estados de

ánimo y de esta manera compartir relaciones interpersonales a través del proceso de comunicación”.

Los avances logrados en el área de telecomunicaciones nos han permitido que el hombre con lleven un desempeño de una manera más eficiente, y es esta eficiencia lo que, en gran medida, ha logrado que las empresas nuevas que día a día exijan mayores retos a quienes lo desarrollan.

2.3.13 Estrategia para los medios de comunicación.

Formular una estrategia comunicacional para un medio de comunicación debería seguir los pasos de la planificación estratégica que se enuncia en planificación de una campaña y estrategia de campaña: realiza un análisis de la situación, definir objetivos claros, planificación y la acción y decidir cómo hacer la vigilancia del proceso y los resultados de la estrategia comunicacional para los medios de comunicación, (ONUS MUJERES, 2012, párrafo, dos).

La estrategia comunicacional es fundamental en los medios de comunicación por mediante debe incluir un catálogo del entorno de los medios de comunicación detallado, para examinar los medios existentes y establecer los canales de comunicación de mayores probabilidades tienen de llegar a los diferentes destinatario o grupos destinatarios.

2.4 ¿Qué son los medios Audiovisuales?

Los medios de comunicación audiovisuales son aquellos mecanismos de comunicación masiva que permiten transmitir sus mensajes a través de canales que involucran el sentido de la vista, como en los medios impresos tradicionales, sino también en el de la audición.

Para (Batista , 2017 vol.7 no.3), los medios audiovisuales emplean tecnología multimedia, que combina las virtudes visuales del modelo impreso con la inmediatez de la radio hablada, logrando así un formato más complejo que imita la presencia real en el orden de los eventos transmitidos.

Este tipo de medios comunicativos se basa en la transmisión conjunta de imágenes y sonidos de manera articulada, es decir simultanea y sincronizada, para lograr un potente efecto de realidad.

2.4.1 Clasificación de los Medios Audiovisuales.

Existen distintas formas de medios audiovisual, y podemos estudiar por separado:

➤ **Tradicional.** Casos como el del pizarrón, las diapositivas o los retroproyectors tradicionales, no son propiamente audiovisuales (sino más bien visuales), pero constituyen el germen de lo que vendría después, ya que en sus casos medios visual era acompañamiento de una explicación oral por parte del profesor o expositor, de modo de sacar provecho a los dos formatos.

- **Masivos.** A partir de la masificación de la imagen y del sonido, el cine y la televisión se convierte en poderosos medios audiovisuales para llegar a la población de manera veloz e inmediata, y por eso los medios de comunicación de este tipo, sobre todo las televisoras cobraron una importancia vital en el concierto de las sociedades, llegando a ser denominadas como parte del “cuarto poder” o poder mediático.

- **Interactivos.** A partir de la aparición de la internet, los medios audiovisuales no solo fueron masivos y veloces, sino además permitieron que el espectador no jugara un rol tan pasivo, sino que eligiera intervenir y diera feedback o incluso emitiera también información, como en las videoconferencias o videollamadas, (Raffino, 2021 párrafo 7).

De esta manera se plantea con importancia los principales tipos de medios audiovisuales que ocupan más a menudo y la importancia de cada uno pues esto ayuda a determinar la estabilidad de cada uno de los medios que representan y determinan cada punto clave y representativo de lo que son.

2.4.1 ¿Para qué sirve los Medios Audiovisuales?

Estos cumplen un papel clave en la información de las masas de la sociedad contemporánea, permitiéndole presenciar la realidad casi como si estuviesen allí, en cualquier otro rincón del mundo.

A esto debe sumarse la enorme ventaja que las telecomunicaciones audiovisuales significan, superando distancias enormes para permitir a dos o más personas verse y oírse en tiempo real: una verdadera evolución basando en la comunicación global.

2.5 Hipótesis de la Investigación.

2.5.1 Hipótesis General.

- Analizando el estudio de las estrategias comunicacionales ayudaría al medio audiovisual Rey Tv, año 2021.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipos de Investigación.

Investigación Documental – Bibliográfica.

Como sabemos la investigación documental o bibliográfica nos permite la obtención de análisis de datos los cuales provienen de un material impresos o digitales y también de otros tipos de documentos como los son libros, revistas, periódicos, y otras publicaciones que permiten obtener información de la literatura sobre el tema de investigación para conocerlas bases teóricas y así facilitar la comprensión del tema como la creación de las conclusiones.

Investigación Descriptiva.

En esta investigación con la ayuda de la literatura se describe los datos y características del caso para poder contestar preguntas como; fundamentos teóricos, estrategias, practicas, sin importar el por qué, permitiendo enriquecer de conocimientos acerca de la comunicación estratégica y su funcionalidad. La descripción permite conocer sobre las dos variables a tal punto que podemos sacar conclusiones en base a lo estudiado al conocer características.

3.2 Técnicas de Investigación.

Como técnica de Investigación se tomaron a las encuestas por lo que se envió un formulario que ayudara a la extracción de información directa al objetivo de estudio y así obtener datos fidedignos de la información recabada, para así evitar falsas conclusiones.

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 al personal del estudio audiovisual Rey Tv y a una cierta cantidad de población de la ciudad de Quevedo, 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 el medio audiovisual Rey Tv tiene un personal de 50 personas en la que están distribuidas en diferentes fases de la empresa por medio y a su vez también se escogió una cantidad de ciudadanos de la ciudad de Quevedo que fueron 110 la 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 las personas del medio audiovisual y a los de la ciudad de Quevedo por el cual se a procedido a aplicar la formula muestral para obtener la muestra.

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 160}{(0,05)^2 * (160 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 160}{0,0009 * 159 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{153}{1,10 + 0,96} = \frac{153}{2,06}$$

$$n = \frac{153}{2,06} = 144$$

La muestra de mi población a ser encuestada es de 144

3.4 Situaciones Detectadas.

En el análisis de los hechos que se han planteado permitió detectar el carecimiento de la información en base a la variable del estudio de la estrategia comunicacional en el medio audiovisual de esta puede o no mejorar el desarrollo administrativo en la institución de comunicación y en tal caso se desenvuelve así como el carecimiento de capacitaciones en base al tema y la falta de técnicas y herramientas que se integran a la comunicación y que direccionan a corto y largo plazo hacia un ambiente positivo de procedimientos en las estrategias de comunicación que se usen por este medio.

En vista también que las estrategias comunicacionales tienen como objetivos realizar actos de transformación y relación con sus entornos social y administrativo en una conexión armoniosa y positiva desde el punto de vista de los intereses y objetivos. De esta manera se busca llegar a todos los usuarios de interés interno como externo de la mejor manera, favoreciendo los logros de las metas y objetivos organizacionales que se tiene en la Investigación.

Y a su vez se puede solucionar las falencias detectadas en vista que se consideran que no son indispensables a las estrategias comunicacionales en la gestión administrativa en el medio de comunicación Rey Tv debido a que crea un vínculo de confianza con los demás, se pudo notar que en coordinación de la carrera no cuentan con procesos correctos para la gestión administrativas y la falta de preparación de algunas personas de este medio de comunicación.

3.5 Soluciones Planteadas.

La solución que se plantea ante esta problemática de investigación que se realizó es que actualicen sus conocimientos puesto que al no comunicarse de forma asertiva ni mejorar los procedimientos de una estrategia y más en un medio de comunicación se ha visto relacionada con diferentes bajas por usuarios, dando una decadencia en las actividades propias del departamento de comunicación.

Implementar charlas en base a los temas de las estrategias de comunicación y a su vez administrativas, puesto que esto ampliara los conocimientos y habilidades del medio de comunicación para que así puedan mostrar el buen comportamiento ante los demás y así brindar la mejor información al público televidente es decir a los usuarios.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

Como cualquier proceso comunicativo y audiovisual necesita un orden y una estrategia establecida pues al ser un proceso relativamente nuevo aun hay muchas estrategias en proceso de implementación y la falta de conocimiento hace que se cree una falsa imagen de facilidad con la que se puede crear nuevas estrategias audiovisuales en la comunicación dando así un proceso eficaz y precisos para tener una buena producción.

Sabemos que un plan estratégico de comunicación en los canales de audiovisuales tiene como fin de potenciar los espacios comunicativos que ayuden a la motivación de los colaboradores y mejorar el clima laboral. También hay que tener en cuenta que la creación audiovisual necesita un equipo de trabajo idóneo para manejar la información a compartir y que tenga capacidades de un buen contenido al formato audiovisual.

La comunicación estratégica es un concepto que esta vinculado fuertemente a la realidad, por lo tanto, es necesario realizar estudios internos y externos que permitan al medio de comunicación Rey Tv conocer como están en relación a los términos mencionados anteriormente. Toda institución sin importar su función, estructura u objetivos están condicionados por niveles de imágenes y como esta pueden darse a conocer, la perspectiva social ejerce gran fuerza la cual puede ser beneficiosa como perjudicial, lo que ha contribuido por medio de la comunicación siempre se trate de que la opinión pública mantenga el parámetro positivo.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda el uso de las estrategias comunicacionales ya que dan un impacto mayormente positivo en un medio audiovisual en este caso Rey Tv es recomendable que tome un papel muy protagónico en la ejecución de actividad y estrategias que impulsen la comunicación estratégica en beneficios de la institución comunicativa. El recurso utilizado por el canal debe ser mejorado en contenidos audiovisuales y calidad de información, los presentadores juegan un papel importante al momento de ejecutar las estrategias comunicacionales efectivamente.

Se recomienda un estudio de las estrategias comunicacionales ya que tiene como finalidad genera nuevos conocimientos y de esta forma desarrollar métodos que permitan impulsar la imagen del canal al tal punto que se convierta en un referente recurso y así desaparecer todos los comentarios negativos que le puedan dar al canal Rey Tv.

La ventaja de las estrategias comunicacionales son el beneficio de un medio de comunicación para que realicen estudios constantes sobre la perspectiva que las personas puedan identificar el nivel de opinión pública y así orientar lo negativo o positivo de acuerdo a como aprecia la institución.

Bibliografías

- Batista , C. (Diciembre de 2017). *Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis* . Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300005
- Boni , F. (2016). *Teoría de los medios de comunicación*. Societ Edrite. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=lkLP2rnZzQMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Carbonell, J. (2019). *El futuro de la comunicación: redes, medios y poder*. Obtenido de Casa de libros : https://books.google.com.sv/books/about/El_futuro_de_la_comunicaci%C3%B3n_redes_medi.html?id=ubPhFETZRRIC
- Espinoza , M. (2015). *Análisis de recursos Audiovisuales y Literarios* . Obtenido de <file:///C:/Users/Joao%20Marcelo/Downloads/Dialnet-AnalisisDeRecursosAudiovisualesYLiterariosSobreLaR-5772485.pdf>
- Forero , A. (23 de Septiembre de 2013). *Comunicación Digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/649/64930924002.pdf>
- Gonzales , P. (12 de Agosto de 2028). *EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA*. Obtenido de Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/>
- Ley Orgánica de Comunicación . (2013). Obtenido de ASAMBLEA NACIONAL: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

ONUS MUJERES. (03 de Enero de 2012). *Estrategias comunicacionales*. Obtenido de <https://www.endvawnow.org/es/articles/1244-estrategia-para-los-medios-de-comunicacin.html>

Raffino , M. (26 de Julio de 2021). *Medios Audiviales*. Obtenido de <https://concepto.de/medios-audiovisuales/>

Sanchez , E. (2017). El social media en la estrategia de comunicación. *revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*,, 53.

Tinorio , E. (2018). *Comunicacion Estrategica Vivir en un mundo de señales* . Aduwer klausen .

ANEXOS

Objetivo: **Determinar** La incidencia de la estrategia comunicacional en el medio audiovisual Rey Tv, año 2021.

1. ¿Es necesaria la aplicación de una estrategia comunicacional para realzar la imagen de Rey Tv?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

2. ¿En que nivel cree usted que se encuentra Rey Tv, como líder en sintonía?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

3. ¿Cree usted que una nueva estrategia comunicacional ayudaría a mejorar la imagen corporativa del canal?

Si ()

No ()

Talvez ()

4. ¿Con que frecuencia considera que Rey Tv mejora la calidad de contenido en todas las producciones?

Alta ()

Media ()

Baja ()

5. ¿Considera que Rey Tv aplica las nuevas estrategias comunicacionales en el personal profesional de cada área?

Si ()

No ()

Nunca ()

6. ¿Esta de acuerdo con que Rey Tv tendría más éxito si plantearan las nuevas estrategias comunicacionales al emitir por cable?

Completamente de acuerdo ()

De acuerdo ()

En desacuerdo ()

Totalmente en desacuerdo ()

7. ¿Considera usted que las nuevas estrategias comunicacionales aportan al medio audiovisual Rey Tv?

Muy eficiente ()

Eficiente ()

Poco eficiente ()

8. ¿Qué tan importante cree usted que es las estrategias comunicacionales en un medio audiovisual?

Muy importante ()

Importante ()

Poco importante ()

No importan ()

9. ¿Conoce usted que son las estrategias comunicacionales?

Si ()

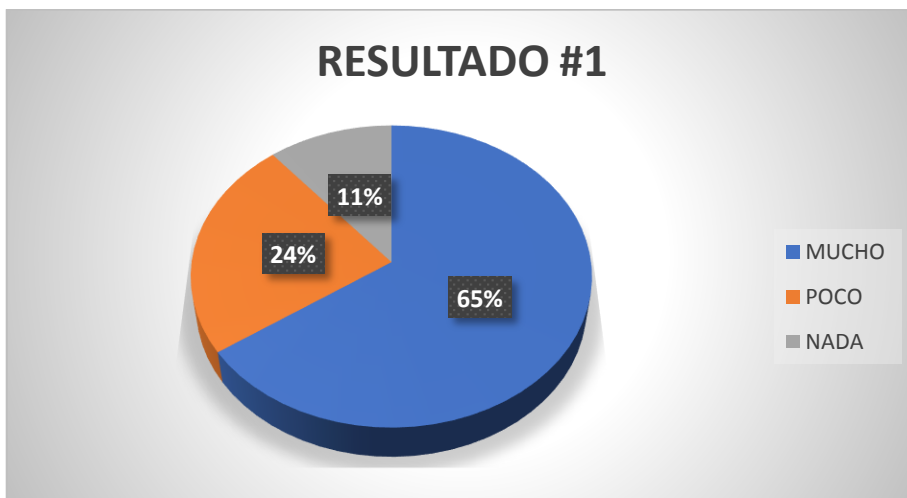
No ()

1. ¿Es necesaria las nuevas estrategias comunicacionales para realzar la imagende Rey Tv?

Tabla No 1.

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHO	95	65%
POCO	45	24%
NADA	4	11%
TOTAL	144	100%

Gráfico No 1



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

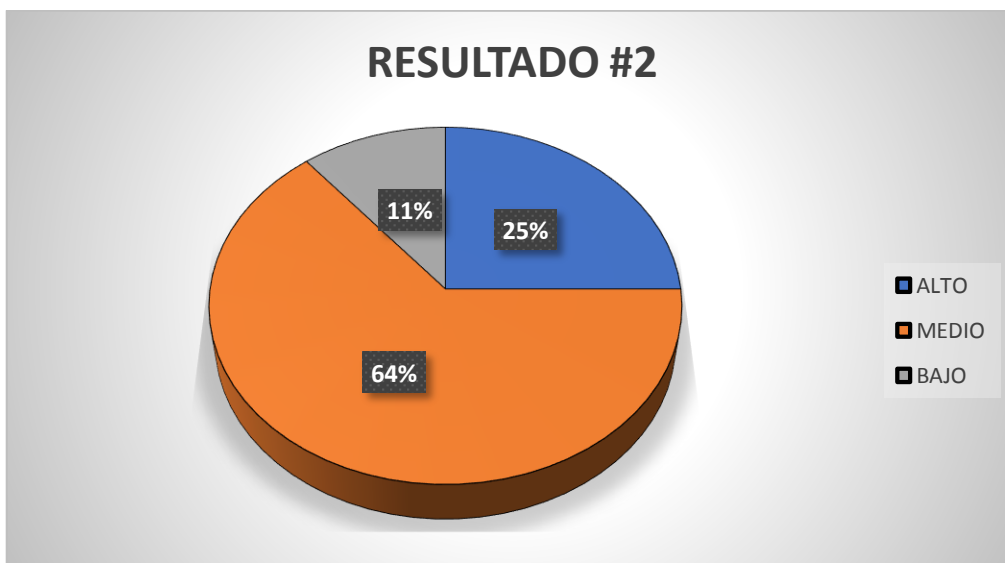
Análisis: En el siguiente grafico se puede visualizar los resultados obtenidos a través de la plataforma de Google Encuesta donde se les realizo a 144 personas distribuida por personal del Canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo en donde el (65%) nos manifestó que se necesita mucho de las nuevas estrategias comunicacionales para realzar más la imagen de Rey Tv; mientras que el (24%) nos indicó que se necesita poco de las estrategias comunicacionales para la imagen de Rey Tv porque la estructura que tiene es muy bien planteada por tanto el (11%) manifestó que para nada las necesita porque están bien planteadas.

2. ¿En qué nivel cree usted que se encuentra Rey Tv, como líder de sintonía?

Tabla No. 2

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO	30	64%
MEDIO	100	25%
BAJO	14	11%
TOTAL	144	100%

Gráfico No. 2



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

Análisis: En el siguiente gráfico que se le realizó a la misma cantidad de personas que fueron 144 personas que fueron distribuidas por el mismo equipo podemos decir que el (64%) indicó que ellos creen que el canal de Rey Tv se encuentra en un nivel medio como líder de sintonía en los medios audiovisuales mientras que el (25%) nos indicó que ellos creen que está en un nivel alto, por tanto, el (11%) manifestó que este canal se encuentra en un nivel bajo líder de sintonía.

3. ¿Cree usted que una nueva estrategia comunicacional ayudaría a mejorar la imagen corporativa del canal?

Tabla No. 3

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	99	64%
NO	35	25%
TALVEZ	10	11%
TOTAL	144	100%

Gráfico No. 3



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

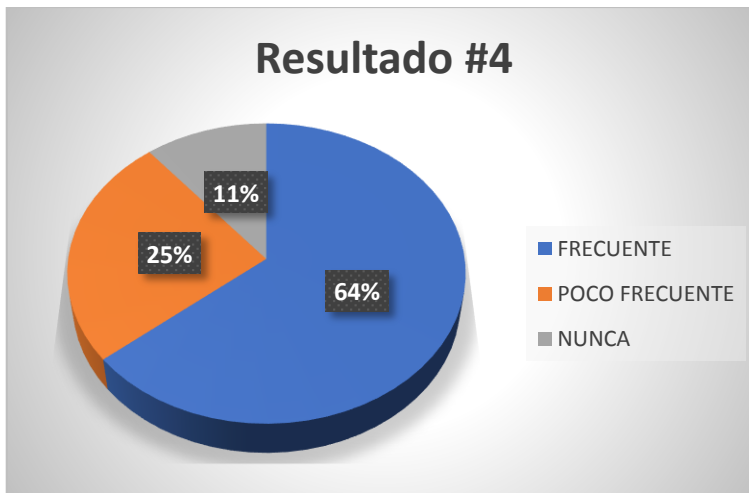
Análisis: La respuesta que obtuvimos a través de la encuesta que fueron 144 nos supieron dar su opinión en la que el (64%) nos indicó que una nueva estrategia comunicacional mejoraría la imagen corporativa que tiene el medio de comunicación en la actualidad, mientras que se obtuvo otro resultado en el que el (25%) no necesita de eso por tanto el (11%) dice que talvez el medio de comunicación necesite esas nuevas estrategias comunicación para dar mejor imagen corporativa.

4. ¿Con que frecuencia considera que Rey Tv mejora la calidad de contenido en todas las producciones?

Tabla No. 4

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
FRECUENTE	80	64%
POCO FRECUENTE	50	25%
NUNCA	24	11%
TOTAL	144	100%

Gráfico No. 4



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

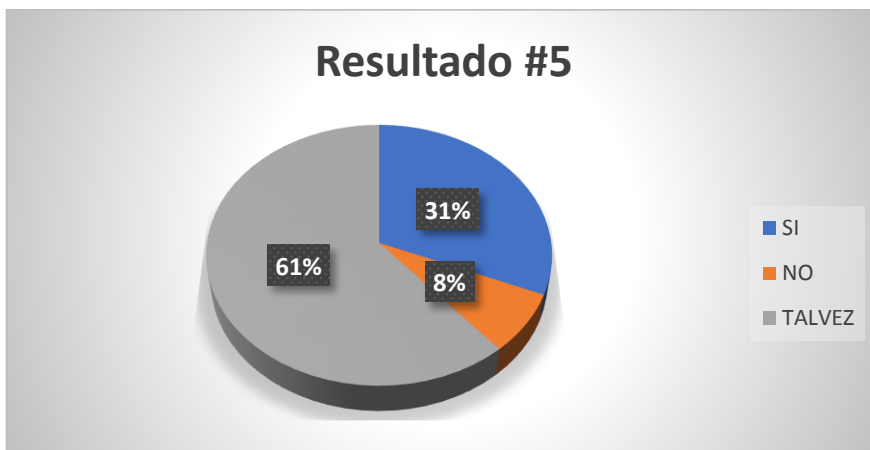
Análisis: En base a la respectiva tabulación de la encuesta que se realizó a las 144 personas se determinó un porcentaje en el que (64%) considera que muy frecuente Rey Tv mejora la calidad de contenido en todas las producciones por tanto el (25%) nos indicó que poco frecuente lo realizan la mejora de contenido y por último el (11%) dio a conocer que nunca realizan un cambio de contenido.

5. ¿Considera que Rey Tv aplica las nuevas estrategias comunicacionales en el personal profesional de cada área?

Tabla No. 5

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	22	31%
NO	12	8%
TALVEZ	100	61%
TOTAL	144	100%

Gráfico No. 5



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

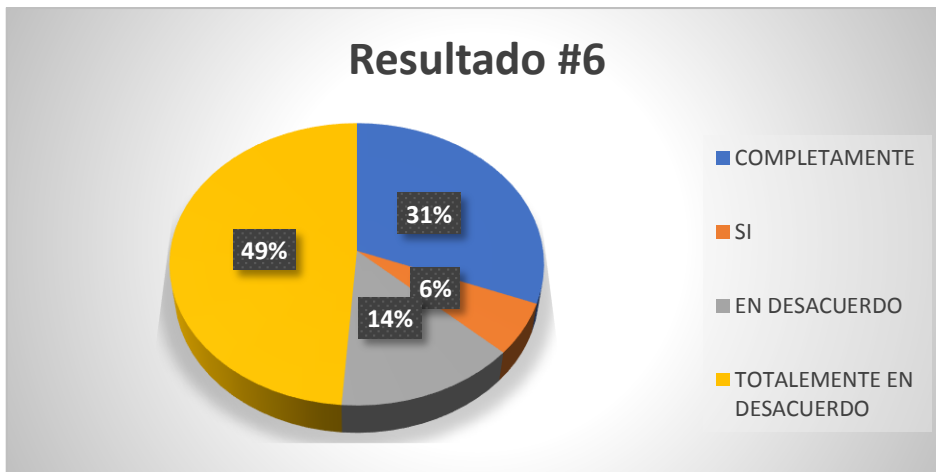
Análisis: Como nos podemos dar cuenta en la siguiente tabulación en las que nos respondieron las 144 personas encuestadas podemos ver que el (61%) nos indican que tal vez rey Tv aplica las nuevas estrategias comunicacionales en el personal profesional que tiene en cada área, mientras que el (31%) si aplica esto en su personal profesional, por tanto, el (8%) dice que no aplica para nada esto de las nuevas estrategias comunicacional

6. ¿Está de acuerdo con que Rey tv tendría más éxito si plantearan las nuevas estrategias comunicacionales al emitir por clave?

Tabla No. 6

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

Gráfico No. 6



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

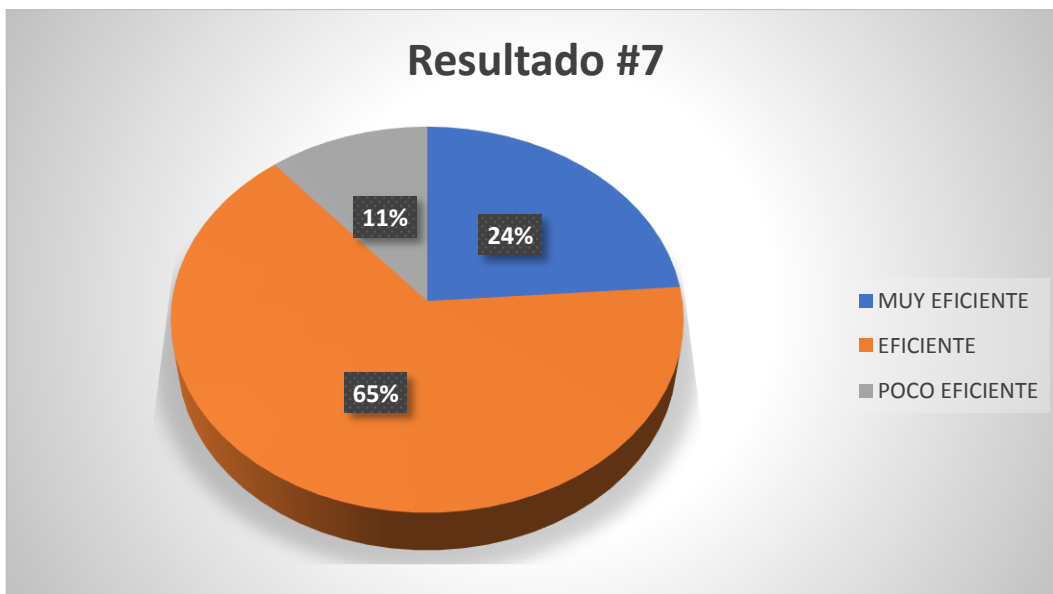
Análisis: En esta tabulación nos podemos dar cuenta que las 144 personas dieron sus diferentes opiniones por lo tanto el (49%) dio como respuesta que si esta a favor con que Rey Tv tendrá más éxito si plantearan las nuevos estrategias comunicacionales por cable mientras que el (31%) está de acuerdo en que se realicen esta nueva operación por mediante el (14%) nos indica que esta desacuerdo que se realice esta manera porque no es un canal masivo de información muy variada y el (6%) nos indica que no quieren que este medio realice esta operación.

7. ¿Cree usted que son eficientes las nuevas estrategias comunicacionales aportan al medio audiovisual Rey Tv?

Tabla No. 7

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

Gráfico No. 7



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

Análisis: En base a esta tabulación realizada a las 144 personas encuestadas se puede determinar muchos factores de opinión en el que el de mayor grado es el (65%) por dante cree que es eficiente las nuevas estrategias comunicacionales en el medio audiovisual Rey Tv mientras que un grado de (24%) dice que es muy eficiente estas estrategias para el canal por tanto solo el (11%) nos indicó que esto es muy poco eficiente que las estrategias no intervengan en el medio de comunicación.

8. ¿Qué tan importante cree usted que son las estrategias comunicacionales en un medio audiovisual?

Tabla No. 8

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	70	58%
IMPORTANTE	40	23%
POCO IMPORTANTE	22	10%
NO IMPORTAN	12	9%
TOTAL	144	100%

Gráfico No. 8



Fuente: Personal del canal Rey Tv y ciudadanos del cantón Quevedo

Elaborado por: Morales Sánchez Joao Marcelo

Análisis: Podemos darnos cuenta en este último gráfico que los resultados fueron equivalente a un solo mayor grado por el que (58%) nos dice que es muy importante las estrategias comunicacionales en un medio audiovisual mientras que el (23%) nos indican que es importante las estrategias mientras que el (10%) nos dice que estas estrategias comunicacionales son poco importantes para algún medio audiovisual y por último el (9%) nos dice que esto no tiene importancia.



Encuesta sobre: La incidencia de la estrategia comunicacional en el medio audiovisual Rey TV, año 2021

OBJETIVO: Determinar como la incidencia de la estrategia comunicacional da un aporte al medio audiovisual Rey TV a través de un análisis constructivo de diferentes preguntas y razonamiento científicos.

 jmorales@fcjse.utb.edu.ec (no compartidos)

[Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio

Apellidos y Nombres *

Tu respuesta

Correo Electrónico *

Tu respuesta

1. ¿Es necesaria la aplicación de una estrategia comunicacional para realizar la

1. ¿Es necesaria la aplicación de una estrategia comunicacional para realzar la imagen de Rey Tv? *

- Mucho
- Poco
- Nada

2. ¿En que nivel cree usted que se encuentra Rey Tv, como líder en sintonía? *

- Alto
- Medio
- Bajo

3. ¿Cree usted que una nueva estrategia comunicacional ayudaría a mejorar la imagen corporativa del canal? *

- Sí
- No
- Tal vez

4. ¿Con que frecuencia considera que Rey Tv mejora la calidad de contenido en todas las producciones? *

- Alta
- Media

