



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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



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

PROBLEMA:

**IMPACTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SU
INCIDENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2021.**

AUTORA:

RODAS ELAJE GENESIS VALENTINA

TUTOR:

LCDO. LUIS IVAN ARAGUNDI GARCÍA.MSC.

QUEVEDO - ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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



AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por la inteligencia y sabiduría que me dio al realizar la siguiente investigación, también quiero agradecer a mi pilar de vida, quien ha estado en todo momento conmigo, es mi Madre, quien desde muy pequeña me apoya en todos mis estudios brindándome su apoyo incondicional y hace un gran sacrificio para poder llegar hasta donde estoy, también quiero agradecer a mis abuelos que al igual han estado junto a mi desde muy pequeña apoyándome.

Quiero agradecer a todos los docentes que en este camino universitario sin duda me han brindado su conocimiento y han dado respuesta a todas mis dudas con paciencia y dedicación, un agradecimiento especial a quienes que en el largo camino he conocido y también me han apoyado moralmente.

RODAS ELAJE GENESIS VALENTINA.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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



DEDICATORIA

Dedico el siguiente trabajo a Dios quien me da fortaleza para continuar con mis estudios, a Mi Madre, que me dio la vida me apoya en todo momento, me guía con dedicación y esfuerzo, bendiciéndome cada día en todo el largo trabajo que he realizado, sin el apoyo y la constancia de mi Madre no podría llegar tan lejos como hasta al momento lo he logrado y todo gracias a ella.

Quiero dedicar también a quienes en mi camino universitario llegaron a mi vida, muchos se fueron y otras se han quedado para apoyarme y ayudarme cuando más lo he necesitado.

RODAS ELAJE GENESIS VALENTINA.

RESUMEN

Las Relaciones Públicas dentro de una empresa cumplen un papel muy importante, cuidar la imagen, resolver conflictos, informar sobre las actividades realizadas por la empresa y mantener una buena relación entre la empresa y el público; es fundamental que toda empresa genere confianza con la audiencia para así poder comunicar de forma estratégica sobre sus actividades.

La imagen corporativa no solo es una identidad visual que se presenta a la audiencia, es la percepción que tienen el público sobre la empresa, facilita que la persona se identifique y pueda reconocer a la empresa con simples palabras o imágenes, identificándose con la empresa y creando vínculos emocionales, sobre todo la seguridad que la empresa da a cada uno de sus clientes.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo cuenta con el Departamento de Relaciones Públicas donde los encargados están a la vanguardia de crear vínculos efectivos con la ciudadanía Quevedeña, crear la confianza necesaria y ofrecer servicio de comunicación efectivos a la comunidad; para saber si el trabajo que realiza el departamento de Relaciones Públicas en relación con la Imagen Corporativa y la comunicación es efectiva y confiable se realizará encuestas donde apreciaremos la percepción de la audiencia quienes serán la población Quevedeña y se podrá observar cómo y dónde se deberá realizar cambios en la comunicación estratégica por parte del GAD Municipal para así poder cumplir con trabajo eficaz y confiable.

Palabras claves: Relaciones Públicas – Imagen Corporativa- Comunicación.

ABSTRACT

Public Relations within a company play a very important role, taking care of the image, resolving conflicts, informing about the activities carried out by the company and maintaining a good relationship between the company and the public; It is essential that every company builds trust with the audience in order to communicate strategically about its activities.

The corporate image is not only a visual identity that is presented to the audience, it is the perception that the public has about the company, it makes it easier for the person to identify themselves and to recognize the company with simple words or images, identifying with the company and creating emotional bonds, especially the security that the company gives to each of its clients

The Municipal Autonomous Decentralized Government of the Quevedo Canton has a Public Relations Department where those in charge are at the forefront of creating effective links with Quevedeña citizens, creating the necessary trust and offering effective communication services to the community; To know if the work carried out by the Public Relations department in relation to the Corporate Image and communication is effective and reliable, surveys will be carried out where we will appreciate the perception of the audience who will be the Quevedeña population and it will be possible to observe how and where it should be carried out changes in strategic communication by the Municipal GAD in order to carry out efficient and reliable work.

Keywords: Public Relations - Corporate Image - Communication.

INDICE

AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN.....	iii
RESULTADO DEL DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO	¡Error! Marcador no definido.
INDICE	vi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
MARCO METODOLÓGICO	2
1.1. Definición del tema caso de estudio	2
1.2. Planteamiento del problema	2
1.2.1. Formulación del planteamiento	2
1.2.2. Delimitación de la investigación	2
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivo	4
1.4.1. General	4
1.5. Fundamentación teórica.....	4
1.5.1. Antecedentes de la investigación.	4
1.5.2. Marco Conceptual.	4
1.5.3. ¿Qué son las Relaciones Publicas?	5
1.5.4. Funciones de las Relaciones Públicas.	5
1.5.5. Estrategias de las Relaciones Públicas.	6
1.5.6. Tipos de Relaciones Públicas.	6
1.5.7. Importancia de las Relaciones Publicas en las empresas.	6
1.5.10. Qué es la imagen corporativa en las relaciones públicas.	10
1.6. Hipótesis	11
1.7. Metodología de la investigación.....	11
1.7.1. Métodos de investigación	11
1.7.1.1. Investigación exploratoria.....	12

1.7.1.2. Investigación descriptiva.....	13
1.7.1.3. Investigación bibliográfica.....	13
CAPITULO II	14
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
2.1. Desarrollo del caso.....	14
2.2. Situaciones detectadas.....	14
2.3. Soluciones planteadas.....	15
2.4. Conclusiones	15
2.5. Recomendaciones.....	15
BIBLIOGRAFÍA	16
ANEXOS	19

INDICE DE TABLAS.

Tabla 1 ¿Tiene conocimiento sobre lo que son las Relaciones Publicas y la Imagen Corporativa?	20
Tabla 2 En sus redes sociales sigue la página oficial del GAD Municipal del Cantón Quevedo.	21
Tabla 3 ¿Cree usted que las Relaciones Publicas tienen un gran impacto en la Imagen Corporativa y ayuda a crear vínculos con la ciudadanía?	23
Tabla 4 ¿Cree usted que el GAD Municipal del Cantón Quevedo tiene el logotipo y eslogan bien estructurado?	24
Tabla 5 ¿Cree usted que el GAD Municipal debe recibir sugerencias sobre su Imagen Corporativa?.....	25
Tabla 6 El Relacionista Público es especializado en comunicación estratégica; ¿Considera usted que la información dentro del Departamento de Relaciones Publicas sobre el GAD Municipal es correctamente presentada a la ciudadanía?	26
Tabla 7 ¿Cómo define la gestión del Departamento de Relaciones Publicas al planificar los eventos culturales, ruedas de prensa, publicidad, etc?	28
Tabla 8 ¿Cómo describes la información que es presentada a la ciudadanía Quevedeña por parte del GAD Municipal?	29
Tabla 9 ¿Cómo evalúa los boletines de prensa que el Departamento de Relaciones Publicas presenta con el único objetivo de informar a la ciudadanía?	30
Tabla 10 ¿Con que frecuencia observa noticias en las redes sociales sobre las gestiones del GAD Municipal del Cantón Quevedo?	31

INDICE DE GRAFICOS.

Gráfico 1 ¿Tiene conocimiento sobre lo que son las Relaciones Publicas y la Imagen Corporativa?	20
Gráfico 2 En sus redes sociales sigue la página oficial del GAD Municipal del Cantón Quevedo.	21
Gráfico 3 ¿Cree usted que las Relaciones Publicas tienen un gran impacto en la Imagen Corporativa y ayuda a crear vínculos con la ciudadanía?	23
Gráfico 4 ¿Cree usted que el GAD Municipal del Cantón Quevedo tiene el logotipo y eslogan bien estructurado?	24
Gráfico 5 ¿Cree usted que el GAD Municipal debe recibir sugerencias sobre su Imagen Corporativa?.....	25
Gráfico 6 El Relacionista Público es especializado en comunicación estratégica; ¿Considera usted que la información dentro del Departamento de Relaciones Publicas sobre el GAD Municipal es correctamente presentada a la ciudadanía?	27
Gráfico 7 ¿Cómo define la gestión del Departamento de Relaciones Publicas al planificar los eventos culturales, ruedas de prensa, publicidad, etc?	28
Gráfico 8 ¿Cómo describes la información que es presentada a la ciudadanía Quevedeña por parte del GAD Municipal?	29
Gráfico 9 ¿Cómo evalúa los boletines de prensa que el Departamento de Relaciones Publicas presenta con el único objetivo de informar a la ciudadanía?	30
Gráfico 10 ¿Con que frecuencia observa noticias en las redes sociales sobre las gestiones del GAD Municipal del Cantón Quevedo?	32

INTRODUCCIÓN

Las relaciones públicas permiten que una empresa pueda relacionarse con otras y con los diferentes públicos a través de acciones de comunicación planificadas, siendo una herramienta muy fundamental para la empresa. El objetivo primordial de las Relaciones Públicas es mantener una buena imagen empresarial, comunicar, resolver conflictos, lograr fidelidad, captar la atención del público.

La imagen corporativa es como la empresa se muestra ante el público, la percepción de su empresa es mostrar una imagen positiva, hay que tener en cuenta que no es simplemente una identidad visual, se trata de un activo intangible para la empresa ya que es una fuente importante de la ventaja competitiva. Las relaciones públicas y la imagen corporativa a nivel mundial tienen y cumplen el mismo objetivo lograr que la empresa tenga una gran imagen y pueda comunicar a la sociedad sobre la empresa,

Con el pasar de los años las empresas mejoran cada día y se encuentran en constante evolución, adaptándose a los nuevos cambios prueba de ello es el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, las relaciones públicas permiten gestionar la comunicación de la empresa, sobre todas las situaciones de crisis donde el mensaje de la empresa debe aportar credibilidad y confianza para así minimizar o evitar consecuencias negativas de la imagen corporativa.

El presente proyecto tiene como finalidad analizar el impacto de las relaciones públicas y su incidencia en la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Quevedo.

CAPITULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. Definición del tema caso de estudio

Impacto de las Relaciones Públicas y su incidencia en la Imagen Corporativa de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo Año 2021.

1.2. Planteamiento del problema

Dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo está el departamento de Relaciones Publicas donde están encargados de cuidar la imagen corporativa, vamos a estudiar cual es el impacto y la relación que existe entre estas dos variables.

La Imagen Corporativa del Gobierno Municipal del Cantón Quevedo se puede ver afectada por las críticas de la población el Relacionista Público del Municipio se ve sujeto a responder todos los comentarios con un estilo muy amable para no afectar la imagen de la empresa.

1.2.1. Formulación del planteamiento

¿Cuál es el impacto de las Relaciones Públicas y su incidencia en la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo Año 2021?

1.2.2. Delimitación de la investigación

Tema: Impacto de las Relaciones Públicas y su incidencia en la Imagen Corporativa de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo Año 2021.

Campo: Cantón Quevedo

Área: Comunicación Social.

Objeto: Ciudadanía del Cantón Quevedo.

Espacio: La investigación será realizada en el Cantón Quevedo ubicado en la Provincia de Los Ríos, Ecuador.

1.3. Justificación

Las Relaciones Publicas dentro de cualquier empresa tiene la función más importante, no es solo redactar o comunicar información relevante, la persona que trabaja como

Relacionista Público tiene el cargo de cuidar la imagen de la empresa, está sujeto a responder cualquier comentario sea positivo o negativo cuidando el lenguaje y la imagen; muy aparte de cuidar la imagen también debe conocer el perfil del consumidor de la empresa, es muy importante el buen análisis de cada perfil.

El propósito de la investigación es analizar cómo trabaja el departamento de Relaciones Publicas en la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo, para ello primero debemos conocer qué actividad realiza el Relacionista Público, queremos llegar a demostrar la importancia del departamento de Relaciones Publicas, explicar sus beneficios y descubrir la perspectiva del pueblo Quevedeño respecto a la imagen del GAD Municipal para ello vamos a realizar encuestas a la ciudadanía donde se obtendrá resultados significativos que podrán ayudar a saber cómo está la imagen de la empresa y si debe mejorar algún aspecto interno.

Nuestra propuesta investigativa es el Análisis de las Relaciones Publicas y su impacto en la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo Año 2021 con el fin de conocer como ellos trabajan el tema de Relaciones Publicas y la imagen corporativa.

1.4. Objetivo

1.4.1. General

Analizar el impacto de las Relaciones Públicas y su incidencia en la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo Año 2021.

1.5. Fundamentación teórica.

1.5.1. Antecedentes de la investigación.

La imagen corporativa dentro de la empresa es la identidad de la misma, según (Espinoza, 2017) la Imagen Corporativa y las Relaciones Públicas para el logro de los objetivos de cualquier organización, sea ésta privada o pública. Se pueden encontrar a muchos directivos diciendo “nuestra imagen es fundamental para nuestro negocio”, estoy de acuerdo con esta referencia la imagen corporativa de una empresa es como se muestra ante sus consumidores, define como está estructura la empresa de forma interna y como se comunica con la población por medio de las Relaciones Públicas.

1.5.2. Marco Conceptual.

La imagen corporativa dentro de una empresa la parte fundamental para identificar y diferenciarse de otras, dentro de nuestro Problema analizamos el Municipio de Quevedo y como las Relaciones Públicas tienen un impacto en la imagen corporativa.

Las Relaciones Públicas son fundamentales para que la empresa pueda comunicar de forma estilizada y coherente información relevante, dentro del Municipio de Quevedo hemos analizado como está estructurada su página donde informan a la ciudadanía Quevedeña sobre sus últimas noticias, actividades realizadas por el alcalde y sus funcionarios.

1.5.3. ¿Qué son las Relaciones Publicas?

El rol principal de las Relaciones Publicas es buscar y crear una percepción positiva en su marca, integrando humanamente a las compañías creando vínculos entre audiencia y compañía, mejorando el posicionamiento de la marca, para así conseguir una mejor venta, exhibición y elevando su organización en comunicación, permitiendo la participación personal de cada publico obteniendo un sentido de pertenencia sea interno o externo. (Córdova, 2019).

1.5.4. Funciones de las Relaciones Públicas.

- **Gestionar la identidad corporativa u organizacional.**- el departamento de Relaciones Publicas se encarga de crear una imagen proyectando una cara al público hablando el mismo lenguaje para poder ser entendido.
- **Gestión de las comunicaciones externas.** – es la comunicación que la empresa presenta al público y consumida por la misma.
- **Gestión de las comunicaciones internas.** – el departamento de Relaciones Publicas ayuda a que dentro de la empresa exista buena comunicación y organización.
- **Manejo de la opinión pública.**- el personal que trabaja dentro de las Relaciones Publicas se encarga de manejar la opinión pública la cual suele tener una respuesta muy clara y precisa, pues deben usar un lenguaje claro y preciso.
- **Responsabilidad social empresarial.** – cumplir con sus labores de forma organizada y responsable es el compromiso que tiene cada empresa con su audiencia es donde el departamento de Relaciones Publicas tiene el deber de controlar cual ha sido el trabajo y donde debe mejorar par asi cumplir con las necesidades del consumidor.
- **Organización de eventos.** – uno de los objetivo del departamento de Relaciones Publicas es la producción y organización de eventos como: reuniones de la empresa, celebraciones, ruedas de prensa, ferias, distintas actividades para fechas conmemorativas, etc. (Raffino, 2020).

1.5.5. Estrategias de las Relaciones Públicas.

Conectar con la audiencia, crear nuevas experiencias y usar el storytelling son las estrategias que las Relaciones Públicas que usan como herramienta para lograr conectar con la audiencias en un contexto social y específico, poder lograr el éxito de la empresa o institución es parte fundamental para cumplir con nuestra meta, la aplicación de estas estrategias nos van ayudar a crecer en nuestras ventas, crear confiabilidad entre empresa y audiencia obteniendo gran aceptación y así crecer como organización. (SERNA GROUP, s/f)

1.5.6. Tipos de Relaciones Públicas.

- **Relaciones públicas internas:** es primordial que dentro de la empresa el clima laboral sea adecuado por tal razón el Departamento de Relaciones Públicas es el encargado de que hacer lo posible por que esto se cumpla, las herramientas que como departamento aplica son la comunicación estratégica entre trabajadores, capacitación a los trabajadores, anuncios laborales, días de integración laboral, etc.
- **Relaciones públicas externas:** la comunicación es primordial para tener una correcta relación entre empresa y audiencia, es por eso que las Relaciones Públicas se comunica externamente con otras organizaciones y el público, el buscar nuevas ideas y conectar con el consumidor hace crear confianza y fidelidad hacia la empresa, ferias, ruedas de prensa, congresos, etc., son herramientas claves para tener una correcta relación externa. (Escuela Superior de Protocolo Y Relaciones Institucionales, 2018)

1.5.7. Importancia de las Relaciones Públicas en las empresas.

Parte fundamental de una empresa es la relación que tiene la empresa sea esta interna o externa, la importancia de que cada organización cuente con el Departamento de Relaciones Públicas es porque beneficia a la relación con otras organizaciones y con la audiencia, crear vínculos, comunicar sus ideas, incrementar ventas y lo más importante la credibilidad que debe existir. (lasuite, 2019)

1.5.8. ¿Qué es periodismo?

Es la profesión que tiene un solo objetivo buscar y presentar información sobre una sociedad o hecho que ocurre sin previo aviso, la información presentada debe ser real porque a la sociedad se la debe mantener informada con las últimas noticias y el consumidor es exigente, anteriormente se decía que para ser periodista no se debe tener un título universitario tal concepto con el pasar de los años se ha ido modificando y en la actualidad las universidades ofertan esta carrera para quienes quieren ejercer esta profesión y entender como redactar una nota periodística la cual existen distintas formas de expresar una noticia par que la información llegue de forma adecuada a la sociedad. (Rodas, 2021)

1.5.9. Tipos de periodismos.

El periodismo no solo es informar a la ciudadanía es redactar las notas de una forma coherente y precisa por la cual existen distintos tipos de periodismo que se redactan a continuación:

- **Periodismo gráfico.-** es más usado en profesionales de la fotografía, donde tendrá hechos que no pueden ser cambiados un claro ejemplo son los fotógrafos de documentales o fotógrafos en las galas más grandes.
- **Periodismo escrito.-** es el profesional que se dedica a la redacción de revistas, periódicos noticias que se presentan en redes sociales.
- **Periodismo audiovisual.-** son usados por presentadores televisivos para comunicar a la ciudadanía sobre hechos noticiosos, es más usado por profesionales en la comunicación.
- **Periodismo radiofónico.-** este tipo de periodismo tiene la ventaja de ser un medio más accesible para todas las personas al igual que el audiovisual, cumpliendo el mismo objetivo informar.
- **Periodismo multimedia.-** multimedia significa distintos dispositivos tecnológicos que permiten difundir una información, entre los más usados está el internet donde se puede presentar la prensa escrita, videos, audios informativos llegando a todas las personas la desventaja de este tipo de periodismo está en que todas las personas con equipos tecnológicos difunden información sin tener en

cuenta la sensibilidad de las personas afectando a las personas. (ESCUELA ERGON, 2020)

1.5.10. ¿Qué es marketing?

El marketing es necesario para que cada consumidor pueda observar que servicio o producto necesita, también es usado para determinar cuál es el comportamiento del consumidor sus aspectos estratégicos y psicológicos en la adquisición de productos satisfaciendo sus necesidades, es evidente que sin el marketing muchos productos y servicios no lleguen a los ojos de los consumidores llegando a ser totalmente desconocidos.

El marketing no solo es presentar el producto es también poder definir el precio, las estrategias de ventas, innovación comercial, sus consumidores y hasta el lugar donde vender u ofrecer sus productos. (Noblecilla, 2018)

1.5.11. Niveles de marketing.

- **Marketing básico.-** es una directa el consumidor solo adquiere el producto sin preguntar ni esperar recomendaciones por parte del vendedor.
- **Marketing reactivo.-** en este tipo de marketing el vendedor anima al consumidor que sienta confianza con él y pueda adquirir mayor información , aceptando a que el vendedor pueda llamarlo en días posteriores para obtener conocimiento de cómo va con el producto que adquirió.
- **Marketing responsable.-** es donde el vendedor tiene mas relación con el cliente preguntándole si el producto cumple sus necesidades, también pide sugerencia o información sobre la adquisición reciente, beneficiando a la empresa que ofrece el producto porque así van a mejorar los servicios o productos que dan al cliente.
- **Marketing proactivo.-** el producto o servicio se ofrece al cliente de forma directa más usado cuando el consumidor ya es fiel a la marca y presenta los nuevos servicios o productos haciendo que el cliente se sienta consentido y así siga adquiriendo el producto.

- **Marketing de colaboración.-** son empresas que están siempre pendientes de los clientes y sus productos o servicios adquiridos ofreciendo en muchos casos garantías o servicios de mantenimiento enviado por la misma empresa o de otras ya que tienen un convenio establecido pero sin dejar de lado opinión del cliente. (marketeroslam, 2021)

1.5.12. ¿Qué es publicidad?

La publicidad es la divulgación de productos o servicios que benefician a un consumidor, comprador o audiencia en específico, su carácter es comercial usado para motivar al consumidor para adquirir algún producto o usar los beneficios de la empresa u organización que lo requiera satisfaciendo las necesidades del mismo (consumidor). (Regatto & Yanes, 2016)

1.5.13. Estrategias de publicidad.

- **Publicidad de contenido.-** es dar un mensaje directo al consumidor sobre el servicio o producto que la empresa presenta, su información es directa y con un objetivo llegar al mayor número de personas por diversos canales como: folletos o banner.
- **Publicidad pull.-** este tipo de publicidad es usados por marcas que ya están posicionadas en el mercado y son los consumidores los que buscan a la marca, ellos igual buscan innovar cada día pero no necesitan tanta publicidad porque ya la sociedad los conoce y es fiel a la marca.
- **Publicidad push.-** es usado cuando se quiere ingresar un nuevo producto o servicio al mercado agregando distintas publicidades persuadiendo y haciendo que el consumidor no olvide el producto, también usan el bajo precio por tiempo limitado como estrategia para atraerlos al igual que promociones por fechas especiales o aniversarios.
- **Publicidad con base en el consumidor.-** es la publicidad que se especifica con el consumidor, es decir ya tiene estipulada la audiencia y envía un mensaje directo, crear publicidad con lenguaje que va a ser entendido por la audiencia, por ejemplo: publicidad de bebidas alcohólicas para presentarlo al consumidor usan un

lenguaje que los niños no comprendan llegando solo a la audiencia adulta. (Sordo I. , 2021)

1.5.14. ¿Qué es la imagen corporativa?

La imagen corporativa es la identidad que una empresa u organización presenta al público, es decir la percepción que va a tener una persona sobre la compañía, los colores, la tipografía, el slogan y el logotipo son los elementos que se presenta ante una audiencia todo esto ayuda a que la empresa tenga un gran simbolismo y crea confianza con su consumidor, sin olvidar que la imagen corporativa es lo que va a hacer que se exista diferencias entre empresas. (Sordo A. I., HubSpot, 2021)

1.5.15. La imagen corporativa es importante para tu empresa.

Si la empresa tiene una imagen corporativa bien estructurada y cuenta con un personal muy eficiente la empresa puede tener beneficios que aporten: Confiabilidad, fidelidad, que el público se identifique con la marca, incremento en ventas, crea vínculos de servicio con la audiencia, genera seguridad y confianza.

Profesionalismo es lo que la empresa demuestra al público por medio de la imagen corporativa por eso es fundamental que se realice un trabajo muy delicado, teniendo en cuenta que este se debe ser la creatividad y al trabajo en equipo por parte de la empresa la cual suele aportar con todas las herramientas para la creación de los mismos objetivos. (Pozo, 2017)

1.5.16. Qué es la imagen corporativa en las relaciones públicas.

La imagen corporativa es una recopilación de rasgos positivos en la mente de la sociedad o de un grupo social concreto que conforman el carácter de la empresa. Es un factor clave para mejorar la reputación y el prestigio de la organización, atraer clientes nuevos y habituales, personal calificado, aumentar las ventas y los beneficios, la competitividad y la prosperidad de la empresa. (LaTulipa, 2021)

1.6. Hipótesis

Determinando las Relaciones Publicas cual será el impacto en la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo Año 2021.

1.6.1. Hipótesis específicas.

- Explicando como el departamento de Relaciones Publicas beneficiará a la imagen corporativa de una empresa.
- Demostrando las ventajas y desventajas del departamento de Relaciones Publicas dentro de una empresa beneficiaría a la imagen corporativa
- Analizando la importancia del departamento de Relaciones Publicas como ayudaría en la imagen corporativa de una empresa.
- Descubriendo cuál es la perspectiva de la ciudadanía Quevedeña al ver la imagen corporativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo Año 2021 como ayudaría a un cambio dentro de la empresa.

1.7. Metodología de la investigación

1.7.1. Métodos de investigación

Para realizar la siguiente investigación se van a utilizar distinto tipos de métodos investigativos como lo son: exploratoria, descriptivo y bibliográfica la cual nos permite obtener datos muy beneficios para la investigación; la herramienta que se va a usar encuesta on-line la cual hace que la investigación sea cuantitativa.

Se tomó como muestra a 100 personas del Cantón Quevedo donde se aplica la siguiente formula:

Datos:

N = 100

$K^2 = 1,96$

$$E^2 = 5\%$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 100}{(0,05)^2 * (100 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 100}{0,0025 * 99 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{96}{0,24 + 0,96}$$

$$n = \frac{96}{1,2}$$

$$n = 80$$

1.7.1.1. Investigación exploratoria.

La investigación exploratoria nos permite tener una aproximación más cercana a temas que son pocos profundizados o desconocidos, este método permite que la investigación sea más por recolección de datos y poco por teorías de distintos autores. Se va a investigar cual es el trabajo que realiza el relacionista público en cuidar la imagen corporativa del Municipio de Quevedo por tal motivo realizaremos encuestas a una población determina para obtener resultados eficientes.

1.7.1.2. Investigación descriptiva

Nos vamos a centrar en por qué investigamos la relación de la imagen corporativa y las relaciones públicas, que trabajo hacen dentro del municipio al cuidar la imagen y su estructura empresarial para ello se dialoga con personal directo y personas de la ciudad para así conocer cuál es la perspectiva de la población y como con dedicación, esfuerzo y creatividad se realizan los trabajos de marketing, publicidad y comunicación que tiene el relacionista público dentro del GAD Municipal, los diálogos serán dentro del Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos.

1.7.1.3. Investigación bibliográfica.

Para entender mejor el trabajo de un relacionista público y que es la imagen corporativa nos vamos ayudar por medio de sitios web, libro y pdf, donde estas fuentes permite que se obtenga datos teóricos que ayudan al proyecto, las fuentes serán investigadas por medio de Internet facilitando el análisis y la fundamentación teórica.

CAPITULO II

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.Desarrollo del caso

Con la presente investigación se analiza el impacto de las relaciones públicas y su incidencia en la imagen corporativa del GAD Municipal del Cantón Quevedo, donde se puede observar que la ciudadanía Quevedeña señala que la imagen corporativa del Municipio debería establecer mejorías para presentar a su audiencia, otro factor es que las Relaciones Publicas o el trabajo que realizan no es conocido por la ciudadanía y el impacto que tienen es muy significativo pues el relacionista público se encarga de cuidar la imagen de la empresa, responder las dudas de la ciudadanía, estar pendientes de cada evento y cronograma establecido, cuidar que cada programa se desarrolle con normalidad.

Se realizó una encuesta a la muestra establecida que fueron 100 personas de la ciudadanía Quevedeña donde podemos observar el desconocimiento del trabajo del relacionista público, que podría mejorar y cuál es su perspectiva sobre el trabajo que realizan dentro del Municipio.

2.2.Situaciones detectadas

- Mediante la encuesta realizada se obtuvieron resultados como es la perspectiva de la ciudadanía sobre las relaciones públicas y su incidencia en la imagen corporativa.
- El relacionista público que trabajo dentro del Municipio debe ser más creativo son indicaciones que a través de la encuesta la ciudadanía Quevedeña respondió.
- La imagen corporativa es la identidad de una empresa donde va a enseñar a su audiencia que productos y servicios va a ofrecer, el lugar de investigación cuida mucho su imagen para crear confiabilidad y conectar con su público
- Las Relaciones Publicas son parte fundamental de la empresa, los encargados de este departamento siempre cuidan que la empresa no tenga problemas, responder

a las ruedas de prensa y resolver los conflictos que pueden existir dentro y fuera de la empresa.

2.3.Soluciones planteadas

- Es necesario que el departamento de Relaciones Publicas trabaje con la opinión pública de la ciudadanía Quevedeña, pues ellos también saben que podrían mejorar y expresar sus ideas las cuales pueden ser agregadas al trabajo creativo.
- Se debe cuidar la imagen corporativa de una empresa por eso es necesario investigar y ser creativo, identificar que logotipos o slogan ya son usados para no caer en el error de imitar los distintos trabajos ya establecidos.
- Escribir más boletines de prensa donde se informe a la ciudadanía sobre las actividades que realiza las autoridades para que ellos tengan más conocimiento y puedan tener confianza con la corporación, que es el objetivo de las Relaciones Publicas.

2.4.Conclusiones

Las relaciones publicas están sujetas a cambios un ejemplo es el cambio de la imagen o como la empresa se va a presentar ante su público; las relaciones publicas benefician a la empresa al crear contenido con el cual suele la empresa presentarse de una forma sencilla pero clara sobre cuáles son sus objetivos, misión y visión.

Cada empresa cuenta con distintos departamentos u oficinas la cual todas son de suma importancia pero el departamento de relaciones públicas es quien está sujeto a planificar sus actividades, los comentarios que la población hace deben ser contestados con un lenguaje muy preciso es por eso que las personas que están a cargo de este trabajo deben ser profesionales capaces de resolver conflictos, estructurar el eslogan y logotipo agradable y llamativo beneficiando a la empresa.

2.5.Recomendaciones

- Comunicar con un lenguaje claro y preciso, creatividad y empatía son unos de los aspectos que como relacionista público se debe tener muy claro, presentar el trabajo realizado a un público muy crítico como lo es la ciudadanía Quevedeña es tarea difícil pero no imposible por la cual se recomienda tomar en cuenta las opiniones públicas para así generar confianza y vínculos entre la empresa y consumidor.
- El departamento de relaciones públicas es quien está sujeto a modificar la imagen corporativa de la empresa dentro del GAD Municipal, tener en cuenta que como empresa o institución nos debemos a las exigencias de los espectadores donde suelen ser muy determinantes y si no se cumple con la planificación indicada vamos a generar desconfianza y baja credibilidad empresarial.
- Trabajar más en los puntos establecidos de la encuesta como lo son: planificación adecuada y eficaz, generar confianza, comunicar sobre todos los trabajos que realizan los funcionarios para la ciudadanía es primordial que ellos puedan tener presente que actividades realizan como institución pública; cumplir con los objetivos y una investigación más profunda es fundamental para proponer mejoras dentro del GAD Municipal.

BIBLIOGRAFÍA

Córdova, M. (02 de 10 de 2019). *UDLA*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2021, de UDLA: <https://marketing.udla.edu.ec/comunicacion/que-son-las-relaciones-publicas/>

Enciclopedia Economica. (s/f de s/f de 2020). *Imagen corporativa*. Recuperado el 02 de Agosto de 2021, de ¿Qué es la imagen corporativa?: <https://enciclopediaeconomica.com/imagen-corporativa/>

ESCUELA ERGON. (26 de Agosto de 2020). Tipos de periodismos y tipos de periodistas . España.

Escuela Superior de Protocolo Y Relaciones Institucionales. (29 de Enero de 2018). *Escuela Superior de Protocolo Y Relaciones Institucionales*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2021, de Los tipos de relaciones públicas que existen: <https://www.espriprotocolo.eu/tipos-de-relaciones-publicas/>

Espinoza, M. (13 de Julio de 2017). *Bindiva*. Recuperado el 02 de Agosto de 2021, de RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA: <https://bindiva.com/blog/relaciones-publicas-e-imagen-corporativa/>

lasuite. (10 de Septiembre de 2019). *La Suite*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de Importancia de las relaciones públicas en las empresas: <https://www.lasuitecomunicacion.com/importancia-relaciones-publicas-empresas/>

LaTulipa. (04 de Febrero de 2021). *LaTulipa*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de Características de la imagen corporativa: <https://latulipa.es/arte-y-diseno/caracteristicas-de-la-imagen-corporativa/#128522-queacutecute-es-la-imagen-corporativa-en-las-relaciones-puacutecuteblicas>

marketeroslam. (s/f de s/f de 2021). *Niveles de Marketing*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2021, de ¿Cuánto debería invertir una empresa en generar lealtad por parte de sus clientes, de modo que los costos no superen las ganancias?: <https://www.marketeroslatam.com/5-niveles-a-considerar-para-generar-lealtad-de-los-clientes/>

Noblecilla, M. (2018). El Marketing y su aplicación en diferentes áreas del. En M. Noblecilla, *El Marketing y su aplicación en diferentes áreas del* (pág. 192). Machala: UTMACH.

Pozo, J. C. (27 de Marzo de 2017). *waka*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2021, de waka: <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>

Raffino, M. E. (01 de 09 de 2020). *Concepto.de*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2021, de Concepto.de: <https://concepto.de/relaciones-publicas/>.

Regatto, J., & Yanes, P. (2016). *Publicidad y Propaganda: aspectos graficos-comunicacionales y legales*. s/d, 8.

- Rodas, V. (18 de Septiembre de 2021). Que es periodismo. Quevedo, Los Rios, Ecuador.
- SERNA GROUP. (s/f de s/f de s/f). *SERNA GROUP*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2021, de ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS: <https://sernagr.com/estrategias-de-relaciones-publicas/>
- Sordo, A. I. (01 de 06 de 2021). *HubSpot*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>
- Sordo, A. I. (01 de 06 de 2021). *HubSpot*. Recuperado el 19 de 06 de 2021, de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>
- Sordo, I. (12 de Abril de 2021). *Estrategias de Publicidad* . Recuperado el 18 de Septiembre de 2021, de Estrategias de publicidad: definición, tipos y ejemplos: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-publicidad>

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Población.

La población con la que vamos a trabajar en nuestra investigación es de 100 personas al azar de la ciudadanía Quevedeña, no aplicamos fórmula porque la muestra no pasa de lo establecido y obtuvimos respuesta de toda la población seleccionada.

Muestra.

RESULTADOS.

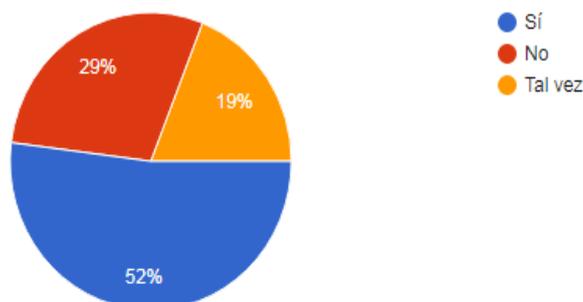
Tabla 1 ¿Tiene conocimiento sobre lo que son las Relaciones Públicas y la Imagen Corporativa?

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	52	52%
No	29	29%
Tal vez	19	19%
Total	100	100%

Gráfico 1 ¿Tiene conocimiento sobre lo que son las Relaciones Públicas y la Imagen Corporativa?

1.- ¿ Tiene conocimiento sobre lo que son las Relaciones Públicas y la Imagen Corporativa?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

En nuestra primera pregunta tenemos como resultado que el 52% si tiene conocimientos sobre relaciones públicas y la imagen corporativa, el otro 29% no tiene conocimientos sobre nuestro tema y el 19% indicó tal vez resumiendo que en algún momento ha escuchado sobre estos temas.

Interpretación.

Pregunta 1 de nuestra encuesta nos da como resultado que la mayoría de nuestra muestra si tiene conocimientos básico sobre relacione públicas y la imagen corporativa la cual nos ayudó a que la encuesta sea muy sencilla para ellos, quienes indicaron que no tienen conocimientos pues tuvieron un poco de dificultad en responder pero sin duda relacionaron muy bien las preguntas y razonaron, podemos observar que también hay un grupo que indico tal vez como respuesta esto nos da entender que tal vez en sus estudios básicos muchos de ellos universitario y también trabajadores conocen sobre el tema pero necesitan un refuerzo para esclarecer sus dudas.

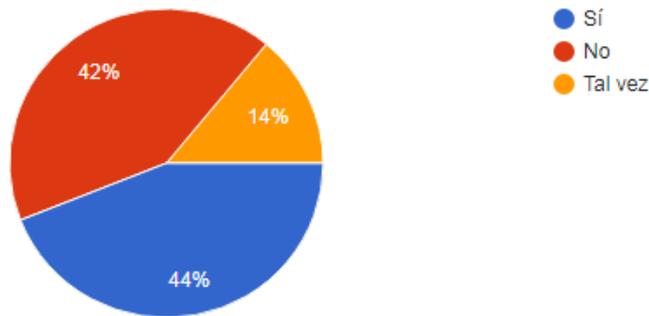
Tabla 2 En sus redes sociales sigue la página oficial del GAD Municipal del Cantón Quevedo.

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	44%
No	42	42%
Tal vez	14	14%
Total	100	100%

Gráfico 2 En sus redes sociales sigue la página oficial del GAD Municipal del Cantón Quevedo.

2.- En sus redes sociales sigue la página oficial del GAD Municipal del Cantón Quevedo

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

En nuestra siguiente pregunta tenemos como resultado que el 44% sigue a la página oficial del GAD Municipal de Quevedo, el 42% no sigue la cuenta oficial la cual podemos tener problemas en las siguientes preguntas y el 14% de nuestros encuestados en el momento de realizar la encuesta no recordaban si siguen la página.

Interpretación.

En la pregunta 2 tenemos valores muy importantes para nuestra investigación en su gran mayoría observamos que si tienen conocimiento de la cuenta oficial del GAD Municipal, al igual que el resultado anterior también hay una cifra grande que no sigue la cuenta y esto puede ser por desconocimiento o falta de interés a las noticias que presentan en esta página y como resultado final analizamos que una cifra muy baja no recordaba en su momento si sigue esta página y esto se debe a que no hay mucha información dentro de la página oficial la cual hace que no aparezca muy seguido y la ciudadanía olvide que cuentas sigue.

Tabla 3 ¿Cree usted que las Relaciones Publicas tienen un gran impacto en la Imagen Corporativa y ayuda a crear vínculos con la ciudadanía?

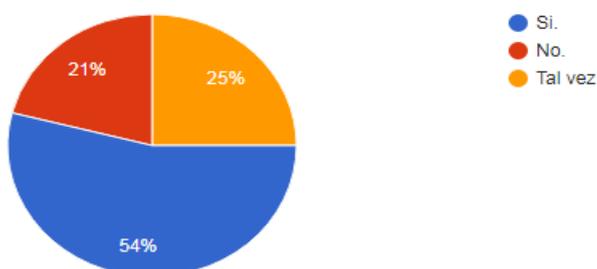
VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	54	54%
No	21	21%
Tal vez	25	25%
Total	100	100%

Gráfico 3 ¿Cree usted que las Relaciones Publicas tienen un gran impacto en la Imagen Corporativa y ayuda a crear vínculos con la ciudadanía?

Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo

¿Cree usted que las Relaciones Publicas tienen un gran impacto en la Imagen Corporativa y ayuda a crear vínculos con la ciudadanía?

100 respuestas



Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

Pregunta 3 podemos observar que el 54% de nuestra muestra indica que si hay un impacto entre las relaciones públicas y la imagen corporativa, el 25% indica que tal vez tenga un impacto pero no está completamente seguro y el 21% de ellos afirma que no hay un impacto y que no ayudan a crear vínculos con la ciudadanía.

Interpretación.

En nuestra tercera pregunta observamos que en su gran mayoría indica que las relaciones públicas tienen un gran impacto en la imagen corporativa y ayuda a crear vínculos con la ciudadanía, la siguiente cifra demuestra que si hay un impacto pero no están del todo seguros y tal vez se pueden aclarar sus dudas con mayor investigación y nuestra última cifra demuestra que ellos indican que no hay ningún impacto y se mantienen en su

concepto de que las relaciones públicas no tienen ningún impacto con la imagen corporativa ni ayudan a crear vínculos con la ciudadanía.

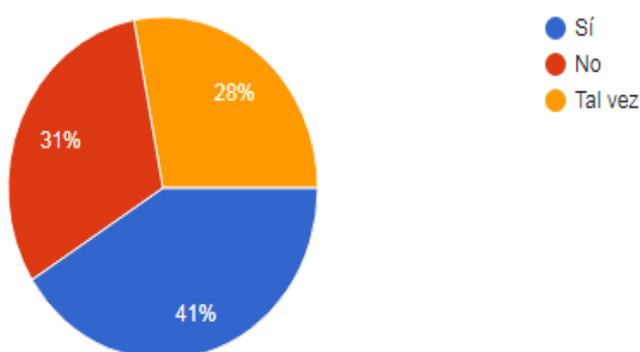
Tabla 4 ¿Cree usted que el GAD Municipal del Cantón Quevedo tiene el logotipo y eslogan bien estructurado?

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	41	41%
No	31	31%
Tal vez	28	28%
Total	100	100%

Gráfico 4 ¿Cree usted que el GAD Municipal del Cantón Quevedo tiene el logotipo y eslogan bien estructurado?

4.- ¿Cree usted que el GAD Municipal del Cantón Quevedo tiene el logotipo y eslogan bien estructurado?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

Observamos que al 41% de nuestra muestra le agrada el logotipo y eslogan del GAD Municipal, un 28% indica que si pero a la vez hay algo que no les agrada y el 31% de ellos muestra que no les agrada y tal vez deberían cambiarlo.

Interpretación.

En esta pregunta al realizar la encuesta presentamos el eslogan y el logotipo del GAD Municipal del Cantón Quevedo por la cual nuestra primera cifra está a gusto con la creatividad y los colores que tiene, el siguiente porcentaje si le gusta pero indica que deberían modificar algo sin cambiar el modelo original y nuestro último resultado que indicaron un no, pues no están de acuerdo y cree que debería ser modificado en su totalidad para poder captar la atención de la ciudadanía.

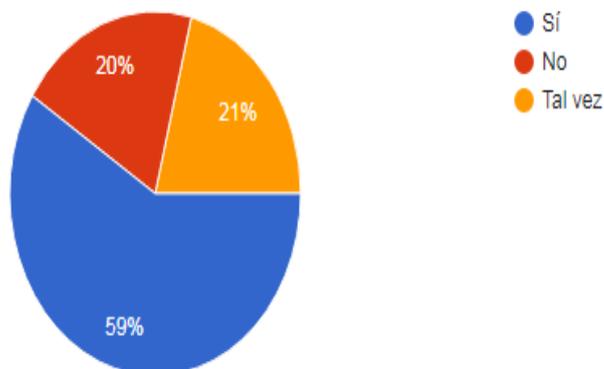
Tabla 5 ¿Cree usted que el GAD Municipal debe recibir sugerencias sobre su Imagen Corporativa?

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	59	59%
No	20	20%
Tal vez	21	21%
Total	100	100%

Gráfico 5 ¿Cree usted que el GAD Municipal debe recibir sugerencias sobre su Imagen Corporativa?

5.- ¿Cree usted que el GAD Municipal debe recibir sugerencias sobre su imagen corporativa?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

En la pregunta 5 el 59% indico que si está de acuerdo que el GAD Municipal acepte sugerencias, el 21% indica que tal vez y el 20% restante dice que no pues son quienes están de acuerdo que si tiene una buena estructura.

Interpretación.

Esta pregunta se relaciona con la anterior, podemos observar que más del 50% está de acuerdo que su opinión sea recibida en el GAD Municipal, las relaciones publicas van de la mano con la opinión pública y esto es beneficio para la empresa, quienes indicaron un tal vez están dispuestos a enviar sugerencias pero no hay problema si de pronto no es aceptada su propuesta y quienes seleccionaron que no pues están satisfechos con el trabajo que ha realizado el relacionista público y no están dispuestos a enviar sugerencias.

Tabla 6 El Relacionista Público es especializado en comunicación estratégica; ¿Considera usted que la información dentro del Departamento de Relaciones Publicas sobre el GAD Municipal es correctamente presentada a la ciudadanía?

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	29	29%
No	32	32%
Tal vez	39	39%
Total	100	100%

Gráfico 6 El Relacionista Público es especializado en comunicación estratégica; ¿Considera usted que la información dentro del Departamento de Relaciones Publicas sobre el GAD Municipal es correctamente presentada a la ciudadanía?

6.- El Relacionista Público es especializado en comunicación estratégica; ¿Considera usted que la información dentro del Departamento de Relaciones Publicas sobre el GAD Municipal es correctamente presentada a la ciudadanía?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

Pregunta 6, podemos ver que el 39% de nuestra muestra indica que tal vez la información no está completamente presentada, el 32% seleccionó que la información presentada por parte del GAD Municipal no es la correcta y el 29% si está satisfecho con la información.

Interpretación.

En esta pregunta tenemos respuesta muy distintas, en nuestro primer valor y el más alto podemos observar que ellos si se informan con los boletines de prensa pero sienten que la información no está completa y es un desagrado para ellos, nuestra siguiente cifra indica que el contenido o las noticias presentadas no son las correctas y solo publican lo que de pronto lo ven más conveniente tal vez a nivel empresarial, siendo esto para no afectar su imagen; y nuestra última cifra está satisfecha con la información pues no tienen dudas de las noticias presentadas y confirman que están haciendo un gran trabajo dentro del GAD Municipal.

Tabla 7 ¿Cómo define la gestión del Departamento de Relaciones Publicas al planificar los eventos culturales, ruedas de prensa, publicidad, etc?

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	25	25%
Bueno	27	27%
Regular	35	35%
Malo	13	13%
Total	100	87%

Gráfico 7 ¿Cómo define la gestión del Departamento de Relaciones Publicas al planificar los eventos culturales, ruedas de prensa, publicidad, etc?

7.-¿Como define la gestión del Departamento de Relaciones Públicas al planificar los eventos culturales, ruedas de prensa, publicidad, etc.?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

Pregunta 7, el primer valor y el más alto es 35% de personas indicaron que la gestión es regular, el 27% le gusta pero igual le molesta un poco la mala planificación, el 25% está satisfecho con la gestión e indica que es excelente y el último valor que es de 13% seleccionó que la gestión y planificación es mala.

Interpretación.

Podemos ver que hay un balance entre regular, bueno y excelente para muchos la gestión de cada planificación presenta inconsistencias lo que causa molestias a los espectadores y llegan al límite de tener desconfianza en cada evento o comenzar a crear comentario que no son beneficios para el GAD Municipal; la cifra que nos queda es baja pero importante puede en cualquier momento elevar causando malestar en la ciudadanía y disturbios por una mala gestión causando una pésima imagen a nivel provincial.

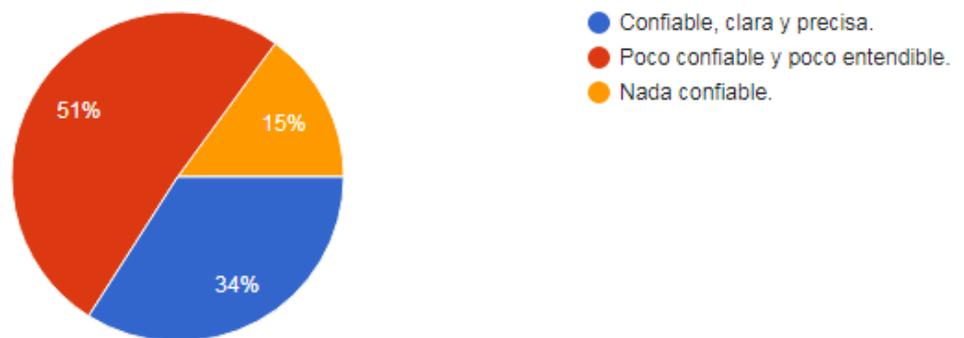
Tabla 8 ¿Cómo describes la información que es presentada a la ciudadanía Quevedeña por parte del GAD Municipal?

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Confiable	34	34%
Poco confiable	51	51%
Nada confiable.	15	15%
Total	100	100%

Gráfico 8 ¿Cómo describes la información que es presentada a la ciudadanía Quevedeña por parte del GAD Municipal?

8.- ¿Como describe la información que es presentada a la ciudadanía Quevedeña por parte del GAD Municipal?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

Las respuestas de esta pregunta son muy claras de cómo es presentada la información, el 51% siendo la cifra más alta selecciono que es poco confiable y entendible la información, el 34% confía y entiende lo que el GAD Municipal informa y el 15% pues no confía en las notas presentadas.

Interpretación.

Esta pregunta nos ha dado como resultado que la información presentada a la ciudadanía es poco confiable y entendible esto podría generar molestias tanto para la empresa como la ciudadanía, pues su imagen de generar confianza y crear vínculos sociables con el pueblo Quevedeño podría bajar y hacer que los espectadores no tengan confianza en las actividades que realizan, otro de los valores obtenidos muestran con claridad que parte de la población que seleccionamos como muestra confía y comprende la información claro que no deberían descuidarse porque estos valores podrían bajar, el propósito es que más de un 50% tengan confianza y entienden la información algo que en este momento no ocurre; el restante claramente no confía y al igual que los otros datos deben tomar en cuenta y comenzar a generar confianza con las pocas personas que indicaron que es nada confiable.

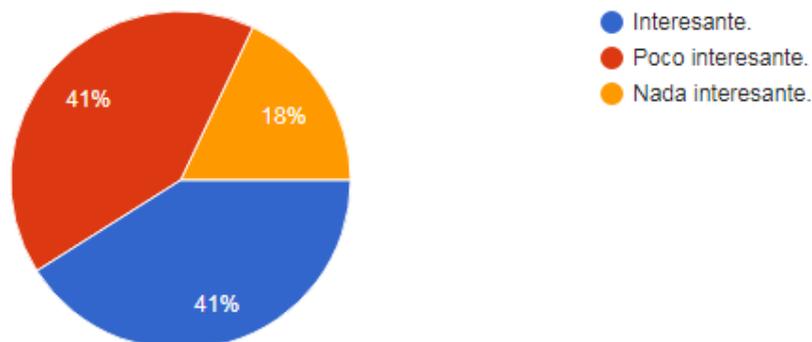
Tabla 9 ¿Cómo evalúa los boletines de prensa que el Departamento de Relaciones Publicas presenta con el único objetivo de informar a la ciudadanía?

VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Interesante	41	41%
Poco interesante	41	41%
Nada interesante	18	18%
Total	100	100%

Gráfico 9 ¿Cómo evalúa los boletines de prensa que el Departamento de Relaciones Publicas presenta con el único objetivo de informar a la ciudadanía?

9.- ¿Como evalúa los boletines de prensa que el Departamento de Relaciones Públicas presenta con el único objetivo de informar a la ciudadanía?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

En dos de las respuestas tenemos el mismo valor 41% indico que los boletines de prensa son interesantes y el otro 41% que si son interesantes pero tenemos un tercer valor que es del 18% seleccionó que los boletines de prensa no son interesantes.

Interpretación.

Interesante y poco interesante son las respuestas que tienen el mismo valor podemos observar que esta cifra es alta y debemos tomar en cuenta lo poco interesante que parece la información presentada y la última cifra que es baja no alcanza ni el 20% indicó que los boletines de prensa no son interesantes y es ahí donde el departamento de relaciones públicas debe trabajar para que esta cifra baje y al menos quede un poco interesante.

Tabla 10 ¿Con que frecuencia observa noticias en las redes sociales sobre las gestiones del GAD Municipal del Cantón Quevedo?

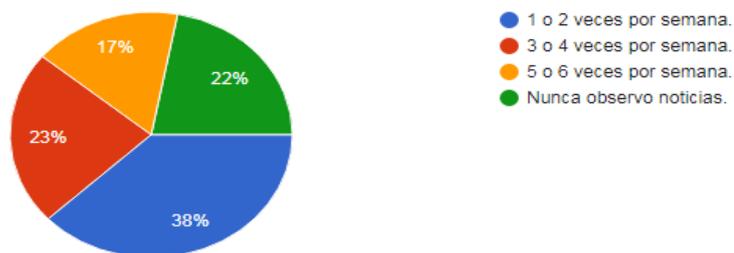
VALORIZACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 o 2 veces por semana	38	38%
3 o 4 veces por semana	23	23%

5 o 6 veces por semana	17	17%
Nunca observo noticias.	22	22%
Total	100	78%

Gráfico 10 ¿Con que frecuencia observa noticias en las redes sociales sobre las gestiones del GAD Municipal del Cantón Quevedo?

10.-¿Con que frecuencia observa noticias en las redes sociales sobre las gestiones del GAD Municipal del Cantón Quevedo?

100 respuestas



Fuente: Encuesta online a la Ciudadanía del Cantón Quevedo
Elaborador por: Genesis Valentina Rodas Elaje.

Análisis.

En la última pregunta realizada a nuestra muestra obtuvimos los siguientes valores: el 38% indico que 1 o 2 veces observa noticias, el 23% selecciono que 3 o 4 veces, el 22% nunca ve noticias y el 17% indica que 5 o 6 veces por semana observa noticias del GAD Municipal anunciando sus actividades.

Interpretación.

Como resultado de nuestra última pregunta tenemos que pocas veces observan noticias sobre las gestiones el GAD Municipal del Cantón Quevedo posiblemente porque en sus redes sociales no siguen la cuenta oficial o no le prestan mucha atención por como vemos en respuestas anteriores no tienen un contenido interesante, el porcentaje que seleccionó 3 o 4 veces por semana son quienes si siguen la cuenta oficial ellos también son parte fundamental de la empresa para poder generar confianza ya que suelen compartir la información y más aún si es relevante van a llegar a más personas por eso el contenido debe ser claro, preciso y con un lenguaje muy entendible, el siguiente valor es de quienes

indicaron que nunca ven noticias, es una cantidad elevada y lo que debería hacer el encargado del departamento de relaciones públicas es llegar a estar personas muchos de ellos tienen redes sociales pero de pronto no ven algo preciso y confiable en la página es donde se debe trabajar generar confianza con los espectadores y nuestro último valor que es bajo pues indico que 5 o 6 veces por semana ellos están dentro también de las personas que les parece interesantes las noticias y boletines de prensa que presentan a la ciudadanía con el objetivo de informar sobre sus actividades realizadas.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL
FORMATO PARA LA ENCUESTA**





QUEVEDO
Ciudad del Río

Encuesta.

La siguiente encuesta la realizamos con fines educativos y de conocimiento. Queremos saber cual es su conocimiento sobre las Relaciones Públicas y la Imagen Corporativa del GAD Municipal del Cantón Quevedo.

1.- ¿ Tiene conocimiento sobre lo que son las Relaciones Públicas y la Imagen Corporativa?

- Sí
- No
- Tal vez

2.- En sus redes sociales sigue la página oficial del GAD Municipal del Cantón Quevedo

- Sí
- No
- Tal vez

¿Cree usted que las Relaciones Publicas tienen un gran impacto en la Imagen Corporativa y ayuda a crear vínculos con la ciudadanía?

- Si.
- No.
- Tal vez

4.- ¿Cree usted que el GAD Municipal del Cantón Quevedo tiene el logotipo y eslogan bien estructurado?



- Sí
- No
- Tal vez

5.- ¿Cree usted que el GAD Municipal debe recibir sugerencias sobre su imagen corporativa?

- Sí
- No
- Tal vez

6.- El Relacionista Público es especializado en comunicación estratégica; ¿Considera usted que la información dentro del Departamento de Relaciones Públicas sobre el GAD Municipal es correctamente presentada a la ciudadanía?

- Sí, porque informan a toda la ciudadanía de sus labores como funcionarios públicos.
- No, porque solo publican información que ellos consideran importante.
- Tal vez, porque si informan a la ciudadanía pero no sobre todo lo que ocurre en el cantón.

7.-¿Como define la gestión del Departamento de Relaciones Públicas al planificar los eventos culturales, ruedas de prensa, publicidad, etc.?

- Excelente, la planificación es muy coordinada.
- Bueno, atractivo pero la coordinación en la planificación es poco ordenada.
- Regular, frecuentemente la coordinación de eventos presenta inconsistencias.
- Malo, los eventos u otras actividades que realizan no tienen la planificación adecuada para su correcta presentación.

8.- ¿Como describe la información que es presentada a la ciudadanía Quevedeña por parte del GAD Municipal?

- Confiable, clara y precisa.
- Poco confiable y poco entendible.
- Nada confiable.

9.- ¿Como evalúa los boletines de prensa que el Departamento de Relaciones Públicas presenta con el único objetivo de informar a la ciudadanía?

- Interesante.
- Poco interesante.
- Nada interesante.

10.-¿Con que frecuencia observa noticias en las redes sociales sobre las gestiones del GAD Municipal del Cantón Quevedo?

- 1 o 2 veces por semana.
- 3 o 4 veces por semana.
- 5 o 6 veces por semana.
- Nunca observo noticias.

Enviar