

UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**PROGRAMA TELEVISIVO PARA FORTALECIMIENTO DE
LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CNEL – SANTA ELENA.
2014 - 2015**

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORES:

RAMIREZ AVELINO MICHAEL DARIO
RICARDO TIGRERO CLAUDIO DIONICIO

ASESOR:

Lic. América Jaqueline Meza B.

LA LIBERTAD – ECUADOR

ABRIL - 2015

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación como primera instancia a mi familia, que me supo inculcar los valores positivos de seguir adelante a pesar de las barreras; también dedicamos a nuestros docentes por enseñarnos en el transcurso de 5 años consecutivos sus conocimientos profesionales.

A nuestros amigos, que nos dieron su respaldo en el transcurso del esfuerzo y sacrificio para alcanzar el título de tercer nivel.

Michael Ramírez

Claudio Ricardo

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos profundamente a nuestro Ser Supremo, que nos inspira a diario a seguir adelante.

A nuestros padres, que nos inspiraron valores éticos de perseverancia, confianza y seguridad cumpliendo, con nuestros deberes y obligaciones.

A la Licenciada América Meza, por ser mi tutora y brindarme su apoyo incondicional, dotándome de sus conocimientos siendo, guía principal para el desarrollo de la tesis.

A todos nuestros maestros que nos acompañaron desde inicios de la formación académica profesional y por los consejos dados, para desenvolvemos en el campo profesional de la comunicación social.



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL
TUTOR**

En cumplimiento a la Resolución del Consejo Académico, 029 Documento, 049-DCSS-2014, mediante el cual fui designada docente-asesor del Trabajo de investigación para el Programa de Trabajo de Titulación.

CERTIFICO

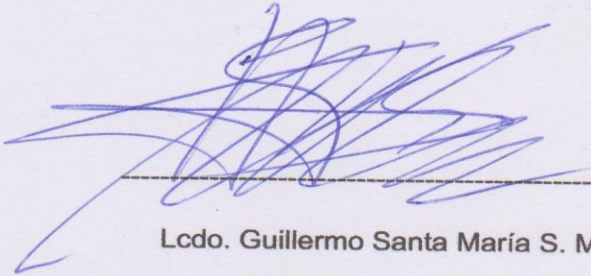
Mi pronunciamiento FAVORABLE para la aprobación de la tesis elaborada por los señores: Ramírez Avelino Michael Darío y Claudio Ricardo Tigrero, con el tema: "PROGRAMA TELEVISIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CNEL-SANTA ELENA, 2014-2015", considerando la relevancia del mismo, que se relaciona con la necesidad de fortalecer la imagen institucional- Trabajo que ha sido desarrollado por los autores de manera responsable y ordenada, bajo un gran contenido de información, lo que constituye un significativo aporte al tratamiento de un tema de actualidad.

Tutor

Lcda. América Meza B.
Docente de la Carrera de Comunicación Social

LIBERTAD- ECUADOR

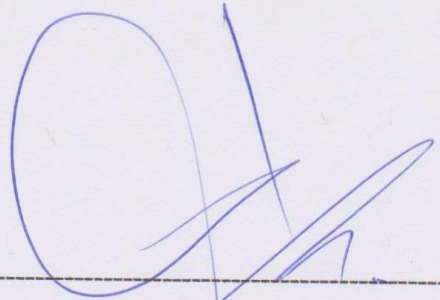
TRIBUNAL DE GRADO



Lcdo. Guillermo Santa María S. Msc.

Decano de la Facultad

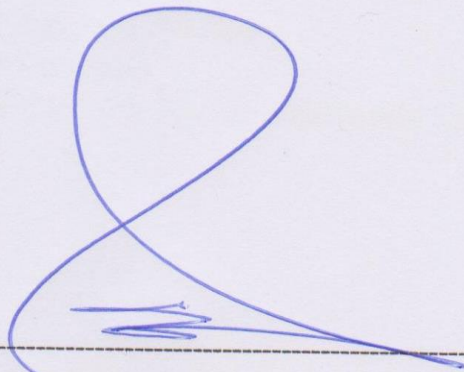
Ciencias Sociales y la Salud



Lcdo. Milton González Santos. Msc.

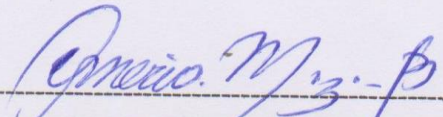
Director de la Escuela de

Comunicación Social



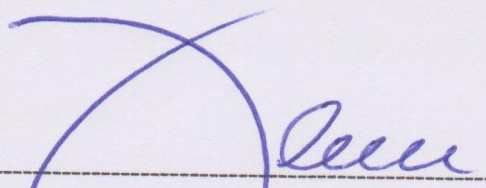
Ab. Antonio Vergara, MSC.

Profesor de Área



Lcda. América Meza Bajarra MSC.

Profesora – Tutora



Ab. Joe Espinoza Ayala. MSc.

SECRETARIO GENERAL

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CERTIFICADO DEL TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
ÌNDICE GENERAL	VI
ÌNDICE DE CUADROS	IX
ÌNDICE DE GRÁFICOS	X
LISTA DE ANEXOS	XI
RESUMEN	XII
INTRODUCCIÓN	13
1. TEMA	16
2. ANTECEDENTES	16
3. PROBLEMA	20
3.1 Planteamiento del problema	20
3.2 Ubicación del problema en su contexto	21
3.3 Situación de conflicto a señalar	22
3.4 Causas del problema	22
3.5 Delimitación del problema	23
3.6 Planteamiento del problema formulación	23
4. JUSTIFICACIÓN	24
5. OBJETIVOS	26
5.1 Objetivo general	26
5.2 Objetivos específicos	26
6. HIPÓTESIS	27
7. VARIABLES	27

8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	28
CAPÍTULO I	30
1 MARCO TEÓRICO	30
1.1 Programas y medios de comunicación	30
1.2 La televisión	31
1.3 Imagen Institucional	34
1.4 La comunicación	34
1.5 Fortalecimiento en imagen corporativa	35
2. MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL	36
3. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA	42
4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	43
4.1 Programa	43
4.2 Programa televisivo	43
4.3 Medios de Comunicación	43
4.4 Televisión	44
4.5 Fortalecimiento Institucional	44
4.6 Fortalecimiento	44
4.7 Imagen Organizacional	45
4.8 Imagen Corporativa	45
4.9 Imagen	45
5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	46
CAPÍTULO II	51
METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	51
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	52
MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	52
TIPO DE INVESTIGACIÓN	52

POBLACIÓN Y MUESTRA	53
POBLACIÓN	53
MUESTRA	54
INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN	55
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	56
CAPÍTULO III	57
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES	70
CAPÍTULO IV	72
LA PROPUESTA	72
FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	72
Fundamentación Sociológica	75
Fundamentación Educativa	75
Fundamentación Psicológica	76
Fundamentación Legal	76
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	81
FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA	82
Financiera	82
Recursos Humanos	82
Legal	83
DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	91
BIBLIOGRAFÍA	93
ANEXOS	95

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO # 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	28-29
CUADRO # 2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE CNEL EP	40
CUADRO # 3 FÓRMULA DE LA FRACCIÓN MUESTRAL	55
CUADRO #4 CALIFICACIÓN DEL SERVICIO ELÉCTRICO	57
CUADRO # 5 FALENCIAS DE COMUNICACIÓN	58
CUADRO # 6 MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVA	59
CUADRO # 7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA	60
CUADRO # 8 CREAR UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN	61
CUADRO # 9 HORARIO DE TRASMISIÓN	62
CUADRO # 10 PÁGINA WEB DE CNEL EP	63
CUADRO # 11 MEJORAMIENTO DE IMAGEN EN CNEL EP	64
CUADRO # 12 ALTERNATIVAS DE INFORMACIÓN	65
CUADRO # 13 SINTONIZACIÓN DE PROGRAMA TELEVISIVO	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO #1 CALIFICACIÓN DEL SERVICIO ELÉCTRICO	57
GRÁFICO # 2 FALENCIAS DE COMUNICACIÓN	58
GRÁFICO # 3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVA	59
GRÁFICO # 4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA	60
GRÁFICO # 5 CREAR UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN	61
GRÁFICO # 6 HORARIO DE TRASMISIÓN	62
GRÁFICO # 7 PÁGINA WEB DE CNEL EP	63
GRÁFICO # 8 MEJORAMIENTO DE IMAGEN EN CNEL EP	64
GRÁFICO # 9 ALTERNATIVAS DE INFORMACIÓN	65
GRÁFICO # 10 SINTONIZACIÓN DE PROGRAMA TELEVISIVO	66
LOGOTIPO DEL PROGRAMA	90

LISTA DE ANEXOS

GUIÓN DEL PROGRAMA TELEVISIVO	95
FORMATO DE ENCUESTA	99
EVIDENCIA DE SALIDAD DE CAMPO EN CNEL EP.	101

RESUMEN

El propósito de elaborar un programa de televisión creado por CNEL EP, es para fortalecer su imagen institucional y obedece a que existe un desgaste en la percepción de parte de los usuarios hacia la institución. Unas de las razones es que CNEL no hace un buen uso de las estrategias comunicacionales, como son los medios televisivos para la difusión de información. Si bien es cierto, la información es direccionada a través de boletines, carteleras, folletos, etc., esto no es suficiente. Se observa que existe una deficiente comunicación interna, los procesos y el tratamiento de la información no muestran los resultados de una buena gestión, y esto se manifiesta en la insatisfacción de los usuarios que a diario deben acudir a solicitar los servicios que presta esta institución pública.

INTRODUCCIÓN

La sociedad hoy está sujeta a grandes cambios tecnológicos, científicos, y evolutivos, como son los medios de comunicación, los canales de televisión, los periódicos, las radios, entre otros medios, que se multiplican y compiten entre sí. Sin duda alguna son herramientas de comunicación necesarias para la sociedad, hoy en la actualidad la comunicación es base primordial de las relaciones del ser humano y por ello, es necesario manejarla con responsabilidad.

En el presente proyecto se diseñará un programa televisivo para fortalecimiento de la imagen institucional de CNEL EP, que buscará y guiará y capacitara a la ciudadanía de la provincia de Santa Elena, sobre los servicios y beneficios que cuenta la institución significando un ente de comunicación e información que busca mejorar la calidad de vida de los usuarios . Esta investigación se basa también en informar y educar.

En esta investigación está organizada sistemáticamente y se desarrolla en cuatro capítulos que se explican a continuación:

CAPÍTULO I: Se analizan los diferentes puntos de vista que sustentan el marco teórico en la fundamentación referencial, científica, contextual y legal. Los enfoques que se emplearon fueron de los siguientes autores: **Armijos, j. c.** en su libro la “comunicación sistémica”, **Ballesta** en la publicación del 2001 con su libro “Los medios de Comunicación en la sociedad actual”, **Capriotti** con su libro “Efectos y comunicación de masas” publicado en el 2013, **Echazarreta** con su libro en la publicación del 2006 “La televisión , ficción o realidad”, **Guevara L.** con su revista electrónica especializada en Comunicación, **Manuel, S. R.** (2001). *Elaboración De Tesis Profesionales.* **Humberto C.** (2001) desarrollo de una cultura de calidad (méxico), **Poloniato, A.** “*los formatos televisivos géneros y formatos para el guionismo en televisión educativa*”. **Rodríguez T. F.** (2001) con su libro “medios de comunicacion, sociedad, y comunicación” ediciones de la universidad de castilla, **Zapata O.** (2005)

con su publicación del libro “herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas” México.

CAPITULO II. La base primordial de la investigación es fundamentarse en la **investigación documental bibliográfica** que se enmarca en conocer, comparar, analizar, sintetizar, persuadir e interpretar los diferentes enfoques que tiene cada autor sobre el tema de investigación teniendo como base fuentes textuales de los libros que se enlazan con las variables.

El nivel de trabajo de investigación es **DESCRIPTIVO**; esto quiere decir que se verificará y demostrará la correlación de las variables se analizará a través de las encuestas y entrevistas los beneficios que tendrían ambas partes con la creación de este proyecto pionero de una entidad pública mediante la tabulación de los resultados obtenidos.

Zapata en su libro “**Herramientas para elaborar tesis**”, sugiere que “la encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas destinadas a reunir de manera sistemática, datos sobre determinados temas o temas relativos a una población, a través de contactos directos e indirectos con los individuos o grupos de individuos que integran la población estudiada”. (ZAPATA O. , 2005)

CAPITULO III: Se encuentra el análisis e interpretación de resultados dirigidos a los habitantes de la Provincia de Santa Elena, en los cantones de Salinas, La Libertad y Santa Elena, con una población de 308693, cuya muestra obtenida fue de **399**. El instrumento utilizado fue la encuesta y al observación in situ.

Además, de las conclusiones y recomendaciones, que ayudaron a la realización de la propuesta.

CAPITULO IV: Una vez realizada la investigación del trabajo, y con los resultados obtenidos, se procedió a elaborar la propuesta, la misma que consiste en “Elaboración de un programa televisivo denominado: “CNEL INFORMA”, en este capítulo también Contiene, propuesta, justificación, fundamentación teórica de la propuesta, sociológica, educativa, psicológica, legal y los objetivos general, específicos, factibilidad, recursos (administrativo, tecnológico, presupuesto), equipo humano, técnico y política. Además también constan de anexos, bibliografía y documentos.

1. TEMA

PROGRAMA TELEVISIVO PARA FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CNEL – SANTA ELENA. 2014 - 2015

2. ANTECEDENTES

La imagen de las instituciones públicas como privadas es fundamental en el ámbito social, sin duda alguna CNEL EP es uno de los servicios de energía eléctrica, básicos e indispensable en cualquier oficina, hogar, entidades públicas o privadas, donde se considerada como un elemento vital en todas las actividades diarias que realiza el hombre.

Las necesidades básicas de la población como el servicio eléctrico de la localidad de Santa Elena CNEL EP, hacen de esta unos de los pilares importantes del buen vivir, es por ello que la Corporación Nacional de Electricidad es la encargada de brindar el servicio eléctrico a toda la provincia.

A medida que la población crece, las instituciones públicas también, lo hacen de acuerdo a las necesidades que la población requiera. La gran demanda diaria en optar este servicio hace que se implementen estrategias y técnicas de mejoramiento en el ámbito distributivo, financiero e imagen institucional de la misma hacia los usuarios de la península.

La imagen institucional que se ha implantado en los ciudadanos, no está en los niveles de aceptación por los servicios brindados de la corporación hacia los usuarios, es allí cuando existe el problema.

Ante esto se quiere profundizar la investigación de este tema y observar que se puede hacer para mejorar la calidad, aceptación y fortalecimiento de comunicación de CNEL EP hacia los usuarios.

Los programas, entrevistas, noticias o reportajes en la televisión local como nacional influyen mucho en el pensamiento de los individuos, pero en sí, beneficia tanto a las empresas privadas o públicas que emiten sus

publicidades como información de interés, social, económico entre otros con el fin de establecer esa conexión y esa comunicación con los usuarios.

La comunicación es base fundamental para las relaciones humanas del día a día y se debe manejar de la mejor manera para una óptima transmisión de información hacia nuestros receptores.

A medida que el tiempo transcurre, las diferentes maneras de comunicar han ido evolucionando tanto en los medios radiales, televisivos, prensa u otros medios de información masiva.

Por lo tanto la manera comunicar más eficiente de comunicar es la televisión; se ha comprobado científicamente que el ser humano pasa una tercera parte de su vida frente a un televisor observando los diferentes programas a su gusto y es así como este medio es aprovechado al máximo por las empresas audiovisuales en los programas de información como noticias, programas de variedades, deportes, entretenimiento entre otros.

Para conceptualizar un poco los programas de televisión, desde un punto de vista, se los considera una unidad de emisión, un texto en particular que integra a la red programática de determinado canal o canales. (POLONIATO A.)

La provincia de Santa Elena tiene actualmente muchas empresas televisivas, como Brisa Tv, Espol Tv y Sumpa Tv que han sido pioneras en la difusión de información audiovisual a los pobladores santelenenses desde muchos años atrás.

Por estos medios televisivos las empresas públicas de la localidad de la provincia de Santa Elena utilizan material audiovisual referente a transmisión de información de diferentes temas relacionados con la entidad hacia un público específico.

El 14 de diciembre de 1965 es aprobado el estatuto donde se emite el dictamen favorable y constituyéndose como La Empresa Eléctrica Península de Santa Elena, un 24 de marzo de 1966, esto se realizó gracias a las gestiones que se efectuaron los representantes de las municipalidades de Santa Elena y Salinas en aquella época donde intervinieron los señores Luis Eduardo Rosales Santos y Alfonso Cobos, con la colaboración del Economista Cristóbal Flores, Gerente General del INECCEL que incluyó en los convenios para los proyectos de electrificación de la península.

“EMEPE” Empresa Eléctrica de la Península de Santa Elena como se conocía desde los años 60 encargada de la distribución del servicio eléctrico en esta zona costera para beneficio de los usuarios peninsulares al momento de realizar sus trabajos de mantenimiento o mejoras se necesitaba difundir o comunicar a sus usuarios los motivos de sus desconexiones, se necesitaba comunicar los beneficios de por ella, recordar a sus clientes los pagos del servicio básico que brinda el estado y para esto se necesitaba difundirla, en ese tiempo no existía la televisión ni la radio, pero contaba con el papel y se informaba por medio del papel escrito a mano en ese entonces y ahí se contrataba personal solo para entregar de puerta en puerta los boletines o afiches hechos por los mismos empleados hacia los usuarios y así poder estar informado de “EMEPE”.

A medida que transcurre el tiempo y se crea la radio, la empresa teniendo la oportunidad comienza a difundir por medio de publicidad radial, se crean las cuñas y la Emisora “La Voz de la Península” era la encargada de informar una vez contratado los servicios informativos.

CNEL se crea en el 2012 y deja de ser “EMEPE”, por cuanto pasa de ser una empresa privada a una empresa pública, decretado por el gobierno, las mismas maneras de comunicar no han cambiado, se sigue transmitiendo por medio radial con ayuda de las diferentes publicidades creadas con el propósito de que los peninsulares estén al tanto de esta

institución pública por cuanto le otorga el servicio básico eléctrico permanente.

CNEL EP es el nuevo nombre desde el 2013, en la actualidad también por medio de las panillas de luz como se conoce, se visualiza en las partes posteriores de ésta, pequeñas informaciones de interés público. ¿Pero es eficiente este método de difusión?

Las cuñas radiales, la poca información impresa en las panillas no es suficiente para satisfacer las necesidades del usuario de estar informado, en muchas ocasiones la población tiene dudas sobre las desconexiones y se preguntan ¿Por qué se fue la Energía y no avisaron? ¿Cómo obtengo un medidor? ¿Qué es el plan RENOVA? y ahora se necesita informar de una manera más eficiente y de manera masiva sobre la obtención de las cocinas de inducción, sus beneficios, su instalación entonces ¿Quién me informa?, son tantas las interrogantes del día a día.

La radio es un medio masivo como lo es el periódico local, pero no abarca la demanda de los usuarios a nivel provincial, no todos escuchan la radio y no todos compran periódico; entonces es ahí es donde está el problema de llegar más rápida y responsable a la gran demanda de usuarios de CNEL EP, es por ello que se ha pensado en el material audiovisual.

Un programa televisivo creado por la empresa hecho por peninsulares profesionales en comunicación social para los usuarios de la provincia de Santa Elena, propuesta hecha con el fin de que no solo se escuche sino esta sea observada de manera visual.

La propuesta que será de gran beneficio para los televidentes del medio local así se podrá informar de una manera más rápida, eficiente y veraz. El programa contiene noticias al día, entrevistas, infografías, tips de ahorro energético, beneficios, como acceder al servicio online entre otros.

Finalmente es una idea pionera institucional en cambiar la metodología a la hora de informar a los usuarios, será de gran ayuda para las dos partes en sí, de manera que se informa a la ciudadanía de la Provincia de Santa Elena, y su vez se fortalece en la imagen Corporativa CNEL EP.

3. PROBLEMA

3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- 1) ¿De qué manera la falta de programas televisivos influye en el fortalecimiento de la imagen institucional de CNEL en la provincia de Santa Elena?

- 2) ¿Es determinante un programa televisivo para fortalecimiento de la imagen de CNEL?

- 3) ¿Cómo comprobar el mal servicio público que brinda la institución?

- 4) ¿Demostrar cómo afecta la mala imagen a CNEL?

- 5) ¿Cómo incide un programa televisivo en mejorar la imagen corporativa de CNEL EP?

3.2. UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN SU CONTEXTO

El tema **PROGRAMA TELEVISIVO PARA FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CNEL – SANTA ELENA. 2014 – 2015**, está basado en la inexistencia de un programa televisivo local creado por CNEL EP encaminado a proyectar, educar e informar a los habitantes de la provincia.

En la actualidad CNEL-EP no se encuentra con una buena imagen institucional. De ahí la necesidad de aportar a través de este trabajo a fortalecer la imagen y cambiar la mala percepción que tiene la ciudadanía hacia la corporación.

Es importante señalar que la ciudadanía no se encuentra contenta por el servicio público que ofrece esta empresa, debido, entre otros factores a la deficiente comunicación interna, lo que perjudica a los usuarios.

La institución cuenta con un departamento de relaciones públicas, pero, según la observación realizada, no se abastece para la gran demanda de usuarios que a diario se quejan por el servicio que esta distribuye.

Unas de las causas, la falta de personal en colaboración con el departamento, esto hace que existan fallas de comunicación externa y el déficit de usos de material audiovisual usada en los medios locales televisivos.

3.3. SITUACIÓN CONFLICTO QUE SE DEBE SEÑALAR

La energía eléctrica es uno de los servicios principales básico que brinda CNEL EP en toda la provincia de Santa Elena, indispensables para el hogar, oficina entidad pública o privada y de gran beneficio necesarios para las actividades diarias del hombre.

Hoy en la actualidad CNEL EP no cuenta con canal informativo audiovisual a hacia los usuarios por lo tanto es necesario crear un programa televisivo para fortalecimiento de la imagen institucional con el objetivo de mejorar la calidad del servicios a la ciudadanía, significando un gran aporte a la sociedad, la cual sería ente comunicación e información donde emita los servicios y beneficios cuenta la institución.

3.4. CAUSAS DEL PROBLEMA Consecuencias.

- ❖ Inexistencia de un programa de televisión que busque comunicar e informar a la ciudadanía de los servicios y beneficio que tiene CNEL EP
- ❖ CNEL EP no busca estrategias comunicacionales para fortalecimiento de la imagen corporativa.
- ❖ El mal servicio público que brinda.
- ❖ Deficiente uso de los medios televisivos de la provincia.
- ❖ Pérdida de confianza hacia CNEL por parte de los ciudadanos.
- ❖ Se está deteriorando la imagen corporativa.
- ❖ Escasa emotividad y responsabilidad del usuario en cuanto a sus obligaciones con la institución por falta de comunicación.

3.5. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitación espacial y temporal del problema

DELIMITACIÓN ESPACIAL

Provincia de Santa Elena

DELIMITACIÓN TEMPORAL

2014 – 2015

3.6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O FORMULACIÓN

La inexistencia de un programa televisivo que informe a la ciudadanía sobre los servicios y beneficios que tiene la institución para el fortaleciendo de la imagen de CNEL EP.

4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Este trabajo investigativo servirá para el fortalecimiento de la imagen corporativa CNEL, cuyo propósito es diseñar un programa televisivo de calidad, donde se enfocará diferentes temas importantes que brindará la Corporación dirigida a los usuarios; también se analizará el déficit nivel de imagen que tienen los usuarios de CNEL; por lo tanto se tomarán correctivos y medidas orientadas al fortalecimiento del servicio que presta dicha institución.

El tema de tesis es factible debido a que todo se relaciona con los medios de comunicación, creación de medios televisivos, derechos de ciudadanos al servicio público de información CNEL, creación de programas televisivos.

Dentro del marco legal, de ésta tesis se enmarca en la Constitución de la República del Ecuador, la ley Orgánica de Comunicación y el Plan Nacional de Buen Vivir.

Ésta investigación está basada en la necesidad de crear métodos estratégicos de comunicación de CNEL, con el fin de obtener mejoras comunicacionales y en sí fortalecer positivamente una imagen corporativa.

Uno de los métodos estratégicos, es utilizar el medio televisivo a nivel local de la provincia, ésta es una herramienta de alto alcance audiovisual.

El programa televisivo ayudará a fortalecer la imagen corporativa de Cnel; donde no permitirá mejorar el servicio público que brinda la Institución logrando que los usuarios se beneficien del programa televisivo.

El beneficiario directo es CNEL EP como corporación por la creación del programa como en sí mejorar su imagen y los beneficiarios indirectos son los usuarios, quienes percibirán el cambio comunicacional y se podrá beneficiar de la información emitida y visualizada por la televisión local.

Es factible realizar esta investigación, porque cuenta con el apoyo de las autoridades administrativas de CNEL para el desarrollo de la investigación.

Los resultados que se obtendrán mediante este trabajo harán que exista un cambio en el fortalecimiento de la imagen corporativa CNEL y a través del programa televisivo, se obtendrá resultados favorables tanto para la institución y usuarios.

El tema, se basa en la línea de medios y en la política 2.7 inciso B de las líneas de investigación de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por lo cual los procesos de indagación están sustentados en las asignaturas de Televisión, Cine y Multimedia e Informática, utilizando siempre como base las nuevas herramientas Tecnológicas de la Información y Comunicación.

El instrumento legal de la tesis se ampara en el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir, sobre la Tecnología, innovación y conocimiento, la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la imagen institucional de CNEL. a través de un programa televisivo para mejorar el servicio público.

5.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

- Fortalecer la imagen de la Corporación, con la creación del programa televisivo.
- Devolver esa confianza de los usuarios hacia la Corporación.
- Diseñar un programa televisivo para la ciudadanía por parte de CNEL EP.
- Mostrar los procesos internos y externos que presta CNEL EP. por medio del programa televisivo.
- Sustentar mediante encuestas la necesidad de un programa televisivo para el fortalecimiento de la imagen institucional de CNEL EP.

6. HIPÓTESIS Y/O IDEA A DEFENDER

Si se creara el programa televisivo, entonces fortalecería la imagen institucional de CNEL - Santa Elena.

7. VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE

Programa televisivo

VARIABLE INDEPENDIENTE

Fortalecimiento de la imagen institucional

8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro Nº 1: Operacionalización de las variables

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES CONCEPTUALES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p>Si se creara el programa televisivo</p> <p>Entonces fortalecería la imagen institucional de CNEL - Santa Elena.</p>	<p>(V.I) Programa televisivo</p>	<p>PROGRAMA TELEVISIVO</p> <p>“Es el elemento de emisión, que se integra a la red programática de determinado canal. Cada unidad está formada según el formato base elegido que se repite en cada uno, con alteraciones menores. Un caso similar en cuanto a organización y formato es el de los seriales o series dramáticas”. (POLONIATO P.).</p>	<p>Programa</p> <p>Emisión</p> <p>Canal</p>	<p>Documentales Noticias Entrevistas Reportajes Entretenimiento o Publicidad</p> <p>Diurno Nocturno</p> <p>Brisa TV EspolTV SumpaTV</p>	<p>1. ¿Cómo califica usted el servicio que brinda la Cooperación Nacional Electricidad CNEL EP?</p> <p>2. ¿Piensa usted que existe falencias de comunicación en CNEL hacia los usuarios?</p> <p>3. ¿A través de qué medio de comunicación usted se entera de los servicios que brinda CNEL?</p> <p>4. ¿Qué medio de comunicación Televisivo local sintoniza en la provincia de Santa Elena?</p> <p>5. ¿Considera usted que es necesario que CNEL cree un programa televisivo donde informe sobre sus servicios?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • OBSERVACIÓN • ENTREVISTAS • ENCUESTAS • TABULACIÓN DE DATOS

<p>Si se creara el programa televisivo Entonces fortalecería la imagen institucional de CNEL - Santa Elena.</p>	<p>(V.D) Fortalecimiento de la Imagen institucional</p>	<p>FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL</p> <p>Es la implementación de medidas orientadas a mejorar el funcionamiento y la calidad de instituciones públicas y colectivas encargadas de asegurar las bases que han de permitir a la sociedad construir sistemas productivos inclusivos y sostenibles y disponer de políticas de cohesión social que garanticen la convivencia y el crecimiento del bienestar de la ciudadanía y empresa” (SERRA, 2008)</p>	<p>Formato</p> <p>La imagen</p> <p>Institución</p> <p>Usuarios</p>	<p>Educativo Cultural Social</p> <p>IDENTIDAD CORPORATIVA</p> <p>Publico Privado</p> <p>Internos Externos</p>	<p>6. ¿Cuál es el horario que le gustaría que sea transmitido el programa de CNEL EP, en caso que se creado?</p> <p>7. ¿Ha utilizado alguna vez la página WEB de la empresa CNEL?</p> <p>8. ¿Cree usted que con la creación de un programa televisivo, CNEL mejorará la imagen como entidad pública?</p> <p>9. ¿Le gustaría tener información sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El horario de los cortes de energía • Proyecto de cocinas de inducción • Plan Renova (Refrigeradoras) • Como obtener y cambio de un medidor <p>10. ¿Usted sintonizaría un programa televisivo creado por CNEL?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • OBSERVACIÓN • ENTREVISTAS • ENCUESTAS • TABULACIÓN DE DATOS
---	--	---	--	---	--	--

Elaborado por: Michael Ramírez Avelino

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO

1.1 Programas y Medios de Comunicación

Como primer punto en el ámbito local de la provincia de Santa Elena, son muchos los factores que influyen en la comunicación al momento de transmitir información hacia un público específico; a gran escala, estos son los medios de comunicación.

Para Tomas y Martin, la importancia de los medios es orientar al individuo en sus pensamientos al ofrecerle unos determinados temas. Por ende los medios de comunicación en magnitud masiva tienen como responsabilidad en difundir una información como también manifiesta en orientar al ciudadano sobre temas específicos que se difunden hacia los receptores que captan y perciben el mensaje y lo esquematizan de acuerdo a sus percepciones. (RODRIGUEZ, 2001)

Así mismo, Mariana Trinidad Betones de la universidad de Barcelona argumenta que la teoría “HIPODERMICA” de los medios tiene una capacidad para intervenir y manipular la conducta de los individuos que se exponen a sus mensajes en un sentido similar. (betones, 1997),

Es necesario saber que HIPODERMICA, según la real académica de la lengua española, específica que se trata de análisis más profundos sobre el tema de comunicación y que entran en ambientes psicológicos y sociológicos a nivel de masas. La manipulación cobra un papel primordial que incurre a la ciudadanía con el manejo de publicidades o programas que no dan al televidente el espacio para sacar sus propias conclusiones sobre un tema observado.

Los autores en los párrafos mencionados exponen sus teorías sobre la función que emanan los medios de comunicación, se enfocan en la responsabilidad de difundir por un medio masivo, de la manera como los receptores acogen estas informaciones de acuerdo a sus percepciones propias.

En esta misma línea para los autores: Tomas Fernández y Vicenta Rodríguez, indican que los medios de comunicación de grandes masas son una pieza fundamental a la hora de informar de una manera específica y de acuerdo al modo como transmiten con sus temas seleccionados los receptores acogen estas informaciones y la sintetizan de acuerdo las percepciones sociales.

Los medios masivos a nivel provincial son muchos, entre ellos está la prensa escrita, la radio, el internet y la televisión del cual está tratando en análisis de los autores en sus libros con referencia la variable independiente que es programa televisivo.

1.2. La Televisión

Marina Trinidad, en un análisis que hacía en su tema de tesis en doctorado indica que los individuos son manipulados por los medios de forma masiva no hacen cambiar mucho esa percepción sino la guían directamente de una forma similar, en pocas palabras cambian sus conductas de acuerdo a lo que ven y oyen.

Así la población peninsular en un gran número observa los noticieros en Espol TV o Brisa TV y en cable digital Sumpa TV; se puede considerar entonces que si se están informando de los sucesos diarios o semanales en cada uno de sus programas.

“En la actualidad proliferan las cifras estadísticas, las valoraciones, reflexiones, críticas y demás formas analíticas, en torno a ese gran protagonista que es la televisión. Esta mágica conjunción de luz, color y sonido o lo que es igual, de imagen en movimiento y sonido, cuyo consumo es gratuito, se puede realizar en cualquier momento, a solas o en compañía (...), (ECHAZARRETA, 1996).

La analista Echazarreta, creadora del libro “LA TELEVISION: FRICCIÓN O REALIDAD” acota que en la actualidad la televisión es un medio masivo que llega directamente a los ciudadanos que captan imágenes, sonidos, entre otros, que se enfrascan de opiniones, críticas y datos estadísticos de estos tiempos y que son fundamentales, que emana un instrumento de comunicación como es la televisión.

Para conceptualizar, la televisión es un medio que muestra imágenes que llegan directa al individuo o televidente, que sus signos son sus letras y las imágenes son la realidad viva del día a día y para un lector las letras de un periódico vienen a ser como un discurso más, según indica Echazarreta en su libro.

Los programas televisivos tiene un mayor alcance en la información, contribuyendo en la imagen de las instituciones para generar mayor importancia en los usuarios sobre los beneficios que brinda, pues esto significa que quienes utilizan de este servicio tendrán mayor confianza y credibilidad en las funciones que ofrece determinada entidad.

Este medio es como una ventana a la realidad que la captamos de una manera suave pero a veces brusca, con claridad pero a veces oscuras, con tranquilidad o en ocasiones disturbios, y te lleva a una realidad más impecable al momento de captar esas imágenes que nos informan mejor que la narración o el sonido.

Unos de los objetivos que tiene la televisión es que el televidente analice los contenidos de los diferentes programas que se transmiten a toda hora del día llevándolos a un mundo de interpretaciones visuales que se capta.

Para el autor del libro “Televisión: Fricción o realidad” son muchos los puntos que enmarca en el análisis de un programa de televisión que sería factible y se conecta también con el análisis local de la provincia sobre este programa de televisión y en eso los ciudadanos opinarían o criticarían este nuevo trabajo de televisión.

El autor enfatiza que se deben seguir pasos para el trabajo de análisis como son:

La creación de una ficha técnica: que es el título del programa, al género que pertenece, su fecha la hora y cuando se emite la misma.

Planteamiento del programa: estructura si se trata de un programa realizado en un estudio, argumentando si se trata de una serie, en este caso una visión de conjunto. Así mismo, el conductor o presentador, decorado o ambiente, la música, la realización, la publicidad, la espectacularización, y la opinión personal o global incidiendo en aspectos como el verismo y credibilidad del programa. (LA TELEVISION, 1996)

En esta parte nos indica el autor que los televidentes que harán uso del programa puedan evaluarla con diferentes pasos u opciones para un completo análisis de la calidad de programa televisivo que se transmite.

Los pobladores de la provincia podrán ser autores también de su propio comentario fundamentado de cómo han receptado la información del programa de CNEL. EP y su estructura.

El fortalecimiento en la imagen institucional es la variable dependiente y es recomendable que sea analizado por distintos autores.

1.3. Imagen Institucional

Las empresas necesitan más que marketing, operaciones técnicas y finanzas se necesita algo fundamental que es la comunicación e información y las personalidad e imagen de una corporación atrae esa magia en sus integrantes, logrando que se genere rentabilidad como felicidad esto es los valores que se generan en las personas y mueven corporaciones.

La buena o mala imagen que el público o cliente tenga de una organización depende en gran medida a la correcta difusión que se haga de ella a través de los medios de comunicación. Invertir en mejorar las relaciones con los medios de comunicación es una forma eficaz y rentable de garantizar no solo supervisión de la empresa, sino también éxito social. (GUEVARA, MAYO 2013)

La imagen institucional es fundamental en toda organización tanto pública como privada, en ella muchos factores se enraízan en la importancia que esta atrae, que se lo ha caracterizado como estrategia en el desarrollo empresarial. (futuro, 2002)

1.4. La Comunicación

Otros de los pilares fundamentales de la imagen es “LA COMUNICACIÓN” que debe existir en toda empresa o corporación como indica IGNACIO JAEN “Las palabras están ligadas a las cosas y el pensamiento. Ellas establecen las relaciones entre los individuos, y las de éstos con las ideas y cosas del entorno. La palabra es la que hace del ser un ser social. Poner en común comunicarse, compartir. Una comunidad es el producto de la comunicación” (JAEN, 2011)

Para el autor Paul Capriotti argumenta “Cada vez más, se está reconociendo la importancia que tiene la imagen corporativa para el logro de los objetivos de cualquier organización, sea esta privada o pública” (CAPRIOTTI, FEBRERO 2013)

1.5. Fortalecimiento en imagen corporativa

“Se entiende por fortalecimiento institucional la implementación de medidas orientadas a mejorar el funcionamiento y la calidad de instituciones públicas y colectivas encargadas de asegurar las bases que han de permitir a la sociedad construir sistemas productivos inclusivos y sostenibles y disponer de políticas de cohesión social que garanticen la convivencia y el crecimiento del bienestar de la ciudadanía.” (SERRA, 2008)

El autor Albert Serra, en su libro indica que el fortalecimiento de una institución es indispensable en las empresas el cual abarca un rol importante en la integración del público, comunidad, o sociedad y contribuyendo al sistemas productivos que garanticen el crecimiento y bienestar.

Por esta razón, es fundamental que el tema del proyecto, se efectuó con un programa televisivo e informativo, donde los beneficiarios serán la institución y los usuarios, con el fin de difundir contenidos productivos y a su vez generando confianza a los usuarios en el fortalecimiento de la imagen institucional.

El análisis es indispensable pero se necesita a partir de conceptos teóricos fundamentados en la lógica, diferentes definiciones de autores.

2. MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL

El tema **PROGRAMA TELEVISIVO PARA FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CNEL – SANTA ELENA. 2014 – 2015**, está enmarcado en aprovechar los medios televisivos locales de la provincia de Santa Elena con la finalidad de que mejore o se fortalezca positivamente la imagen institucional de la Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP y cambiar las percepciones de los ciudadanos hacia la entidad pública.

Según datos del Instituto Nacional De Estadísticas y Censo (INEC), año 2010, son 24 provincias en Ecuador; Santa Elena cuenta con una población de 308.693 habitantes, distribuidas en tres cantones: Salinas 68.675 habitantes, 33.239 son mujeres y 35.436 hombre; La Libertad tiene 95.942 habitantes, 47.912 son mujeres y 48.030 hombres. Santa Elena tiene 144.076 habitantes, 70.680 son mujeres y 73.396 hombres.

De acuerdo al número de habitantes especificado por INEC, el lugar cuenta con gran demanda de habitantes y por ello CNEL EP abastece con el servicio público de ELECTRICIDAD a toda la zona peninsular y los habitantes con la entidad pública trabajan en conjunto para el sustento del buen vivir.

Por medio de este tesis se demostrará el fortalecimiento que va a tener la Corporación Publica con la creación de un programa televisivo a nivel local diseñada por CNEL EP para la comunidad donde llegará a la ciudadanía y usuario.

La empresa Eléctrica Publica Estratégica Corporación Nacional de Electricidad o más conocida a nivel nacional como “CNEL EP”, está estructurada por 10 Unidades de negocio a nivel del país que son Sucumbíos, El Oro, Esmeraldas, Bolívar, Manabí, Santa Elena, Milagro, Guayas – Los Ríos, Los Ríos, Santo Domingo. CNEL EP ofrece el

servicio de distribución eléctrica cerca de 1,25 millones de usuarios, abarcando en su parte un 30% de la industria ecuatoriana.

En la página web de la Corporación indica, que el 4 de marzo del 2009, el directorio de la Corporación Nacional de Electricidad se decreta la creación de la estructura administrativa de Gerencia General de la entidad Pública a cargo del Ing. Patricio Villavicencio. Esta estructura conformada por 64 autoridades principales dirige la gestión de las 10 regionales a nivel nacional establecidas por 4016 empleados públicos.

CNEL en las mismas instancias se constituyó a fines del año 2008 con la unión de 10 empresas eléctricas, que en esa época tenían los indicadores de gestión en un nivel no adecuado. Es por ello que en la actualidad se ha enfocado el lugar específico para la elaboración del programa televisivo en esta entidad pública para el fortalecimiento de la imagen institucional.

Para conocer un poco más las actividades internas de CNEL EP se ha visto necesario recolectar información esencial de la Corporación.

Las fuentes donde se extrajeron los datos directos de CNEL EP Regional Santa Elena, con la Sra. Inés de la Cruz - funcionaria de la entidad pública del departamento de Recursos Humanos donde argumenta que la **visión** es “ser la empresa modelo del sector eléctrico por la excelencia en servicios para los clientes”. Y su **misión** es “distribuir y comercializar energía eléctrica con calidad, seguridad y adecuada tecnología e infraestructura”.

Indica que es apoyada por un equipo humano competente, que contribuyen al desarrollo de los clientes y a la conformación de una organización pública exitosa.

“Las políticas empresariales es todo trabajo con excelencia, brindar un trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad, definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno y externo y es responsabilidad de cada una de las áreas” según indica Inés de la Cruz funcionaria del departamento de Recursos Humanos.

Su fin primordial es que el cliente debe ser atendido con la debida responsabilidad de todos los integrantes tanto interno como externo. Los empleados deben conocer a fondo los procedimientos a fin de que estos sean orientados y además tener un presente comportamiento de valores morales como también no acoger al favoritismo ni paternalismo, cumpliendo siempre con las normas y reglas de los estatutos de la corporación.

Los puestos de trabajo de cada trabajador son poli funcional esto quiere decir que ningún trabajador puede abstenerse de cumplir una actividad asignada para la que esté debidamente capacitado e impulsar su desarrollo de la calidad, capacidad y personalidad de los recursos que la empresa dota por medio de las acciones de capacitación.

La corporación emite todas las actividades que son susceptibles de delegación, tanto en la acción como en su responsabilidad implícita y realiza evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.

El fundamento primordial de CNEI es mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada unidad, a fin de coordinar y evaluar planes de programa, definir prioridades y plantear soluciones.

Según el reglamento de la institución de trabajo, consta con normas y reglas donde enfatizan en presentar los presupuestos y planes operativos hasta el 15 de septiembre; los informes de actividades hasta el 28 de febrero de cada año y presentar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo según manifiesta De la Cruz.

También cuenta con un amplio sistema de comunicación tecnológica tanto interna como externa, que dota de facilidad en difusión de mensajes hacia los trabajadores de planta.

La Corporación como ente público, tiene bases fundamentales en asuntos comunicativos con otras entidades locales, ampliando las relaciones humanas y trabajando en conjunto creando un ambiente y entorno favorable de trabajo para el beneficio de la comunidad santelenenses.

En la comunicación dentro de la empresa mantiene un sistema de información precisa sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos, la cual difunde permanentemente la gestión de la empresa.

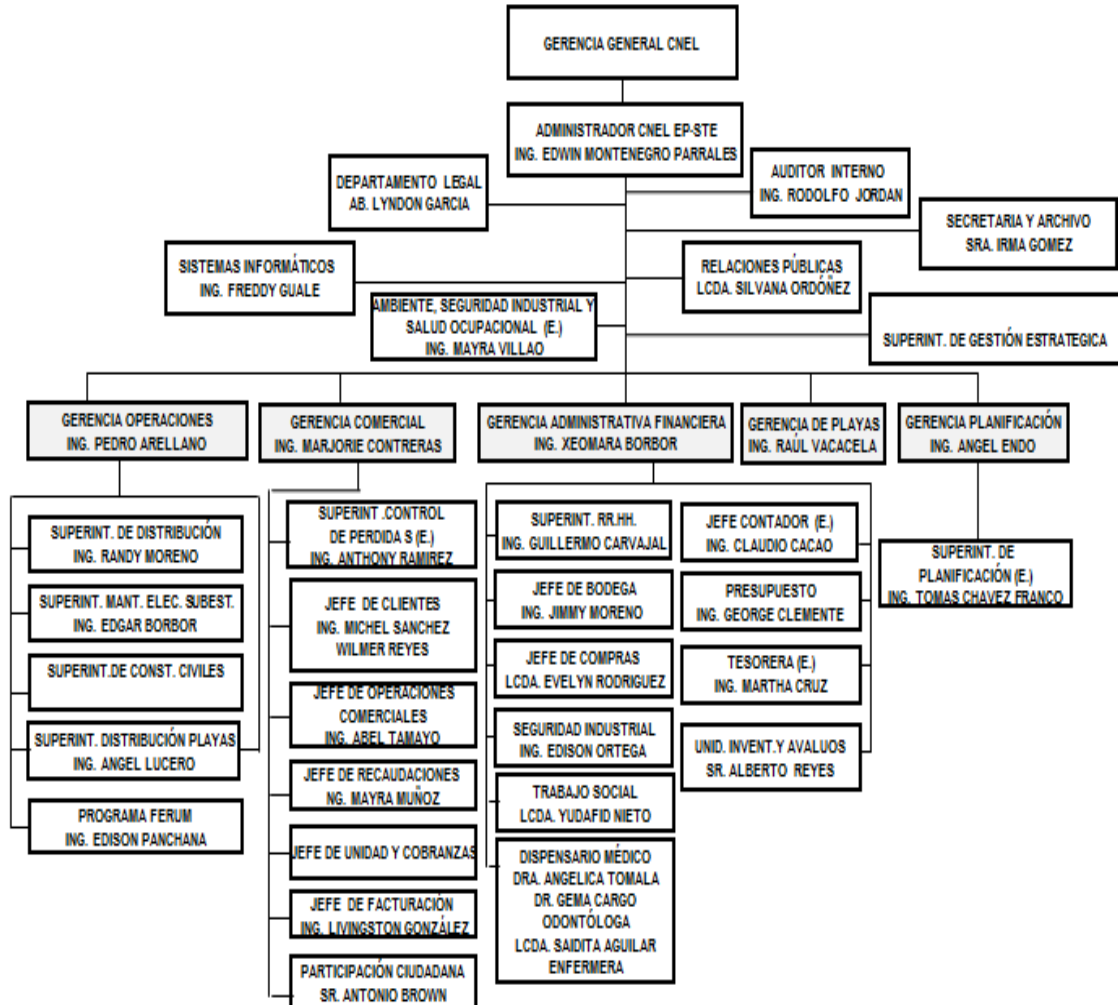
En otra parte, CNEL amplía sus valores corporativos con un enfoque al cliente que recibe el servicio y es la razón de la empresa y todas las actividades que tendrán que aportar valor a ellas, sobre todo teniendo en consideración como primer punto la seguridad de trabajo, en su transparencia se cree en la honestidad e integridad como generadores de la lealtad de los clientes y trabajadores.

Y como entidad pública de la provincia tiene sus principios empresariales y son: optima atención al cliente, productividad, trabajo en equipo, ética, profesionalismo, iniciativa, creatividad.

Para ello se ha visto la necesidad de un organigrama funcional de la institución.



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Las políticas internas de la corporación son fundamentales, tanto del personal administrativo como técnico; es ahí cuando se debe conocer los procesos internos de la Corporación hacia la comunidad santalucense y sobre todo los clientes directos con quien trabaja CNEL EP regional Santa Elena.

El programa televisivo se enfoca directamente hacia el televidente local peninsular, con los objetivos que se especifica en esta investigación que Informa y educa, cambiar esa percepción de los clientes hacia la corporación.

Como base fundamental en el tema de investigación se ha visto la necesidad de ampliar los conocimientos de las variables con la que se está trabajando; es por ello que se analizará tanto la variable dependiente como independiente, discutida en los diferentes libros de los autores que dan referencia con el tema que se está tratando.

3. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

En la actualidad los seres humanos vive en un mundo acelerado, donde demanda un sin número de información rápida, precisa de asimilar, razón por la cual este tema de tesis se proyecta al campo de comunicación social en el fortalecimiento de imagen corporativa de CNEL, a través de un formato audio visual, como parte importante en el proceso comunicativo por ser el mayor medio utilizado por los usuarios.

La buena o mala imagen que el público o cliente tenga de una organización, depende en grandes medidas a la correcta difusión que se haga de ella a través de los medios de comunicación. Invertir en mejorar las relaciones con los medios de comunicación es una forma eficaz y rentable de garantizar no solo supervisión de la empresa, si no también éxito social. (GUEVARA, MAYO 2013)

Los programas televisivos tiene un mayor alcance en la información, contribuyendo en la imagen de las instituciones para generar mayor importancia en los usuarios sobre los beneficios que brinda, pues esto significa que quienes utilizan este servicio tendrán mayor confianza y credibilidad en las funciones que ofrece determinada entidad.

Por esta razón es fundamental que el tema del proyecto, se efectuó con un programa televisivo e informativo, donde los beneficiarios serán la institución y los usuarios, con el fin de difundir contenidos productivos y a su vez generando confianza a los usuarios en el fortalecimiento de la imagen institucional. Por lo tanto, es importante y fundamental fortalecer la imagen corporativa de CNEL, con un programa televisivo donde se logrará que los usuarios tengan una mejor percepción de la imagen de la empresa.

Autores de diversos libros a nivel latinoamericano como mundial en sus textos entran en énfasis con el tema de comunicación y tratan de direccionarse con la creación de programas televisivos; sus objetivos, la

imagen corporativa y empresarial en otros temas que se ha validado para el análisis de cada una de mis variables como desglose.

4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL O MARCO CONCEPTUAL

4.1. PROGRAMA

Es toda la emisión de un canal que se entiende como un producto global que está fragmentando en bloques de programas y publicidad. El programador está encargado de ordenar la ubicación de los programas según las franjas horarias y los hábitos de consumo de la audiencia. (CRIF, 2008)

4.2. PROGRAMA TELEVISIVO

“Es el componente de emisión, un texto en particular que se integra la red programática de determinado canal, o bien, la unidad que forma parte de un conjunto planificado a utilizar en procesos de divulgación, de sensibilización, instructivos u otros. Es el que consta de muchas o hasta indefinido número de unidades de emisión que tienen en común determinado formato. Cada unidad está formada según el formato base elegido que se repite en cada uno, con alteraciones menores. Un caso similar en cuanto a organización y formato es el de los seriales o series dramáticas”. (POLONIATO P.).

4.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono, teléfono celular, el correo de papel (la carta y el telegrama). También se pueden considerar como medios de comunicación personal la radio, internet, la televisión pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y espacio. (JARA, 2009)

4.4. TELEVISIÓN

La televisión es un medio que muestra imágenes que llegan directa al individuo o televidente, que sus signos son sus letras y las imágenes son la realidad viva del día a día y para un lector las letras de un periódico vienen a ser como un discurso más. (ECHAZARRETA, 1996)

4.5. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

“Se entiende por fortalecimiento institucional la implementación de medidas orientadas a mejorar el funcionamiento y la calidad de instituciones públicas y colectivas encargadas de asegurar las bases que han de permitir a la sociedad construir sistemas productivos inclusivos y sostenibles y disponer de políticas de cohesión social que garanticen la convivencia y el crecimiento del bienestar de la ciudadanía.” (SERRA, 2008).

4.6. FORTALECIMIENTO

El fortalecimiento institucional y organizativo de los gobiernos locales, se encuentran sobre la base de los siguientes ejes de soporte que se presentan articulados de los dos escenarios de consolidación identificados:

Fortalecimiento endógeno. Basado en el desarrollo corporativo y organizativo interno y en la mejora del posicionamiento en el entorno inmediato.

Fortalecimiento de la posición relativa. Del gobierno local en el entorno institucional global y en la estructura nacional y global de gobernanza. (SERRA, 2008)

4.7. IMAGEN ORGANIZACIONAL

Es un sistema y régimen de personas que mediante una estructura de operación y utilizando métodos técnicos de trabajo y servicio claramente definidos, se orientan al cumplimiento de una misión que involucra la creación de valor para sus grupos de interés. (HUMBERTO, 2001).

4.8. IMAGEN CORPORATIVA

Es un conjunto de creencias, ideas, o sentimientos que permiten que un público determinado identifique, recuerde, describa, relacione y valore a una organización, basándose en las experiencias directas e indirectas que éste ha tenido con la organización.

4.9. IMAGEN

Es el conjunto de significados por los que un objeto se conoce y a través del cual la gente lo describe, recuerda y relaciona. Es decir es el resultado neto de la interacción de las creencias, ideas, sentimientos e impresiones que una persona tiene de un objeto. (MAYER, 1992)

5. FUNDAMENTACION LEGAL

Como parte fundamental, es importante establecer en este proyecto las bases legales que existen en la constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Art.16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tiene derecho a:

1.-Una comunicación libre, intercultural, incluyente diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos (ECUADOR C. D., 2008)

En la Constitución de la República del Ecuador de derechos en lo que respecta a comunicación e información, se especifica sin duda que todos los ciudadanos tienen derecho a informarse de forma propia e independiente sin distinción de color, raza o religión, sea cualquier fuente o medio informativo; también establece obtención o uso de la tecnología y sus herramientas existente.

Una de las partes importantes indica en la creación de medios comunicación, sobre estableciendo qué el uso de la frecuencias deben ser de forma equitativa en el aspecto radioeléctrico

Art.18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2.-acceder libremente, a la información generada en entidades públicas, o en las privadas o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley: En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (ECUADOR L. C., 2008)

En este artículo mencionado establece que todas las personas tienen derecho buscar recibir información previamente analiza tanto en su contenido y forma sin restricción alguna tomando en cuenta la responsabilidad ulterior. Sin duda alguna en esta tesina es tal importancia que los ciudadanos conozca los derechos enmarca en la Constitución de la República del Ecuador la cual establece que los ciudadanos tendrá libre acceso a obtener información sea por distintas entidades públicas o privadas en especial las instituciones que manejen dinero del Estados .

Cabe señalar que esta investigación estará encaminado para los usuarios como también para el fortalecimiento de la imagen institucional CNEL en el periodo 2014 – 2015.

Personas usuarias y consumidoras

Art.52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y elegirlo con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. (ECUADOR L. C., PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS, 2008)

Sin duda alguna los ciudadanos tienen derecho a obtener servicios de calidad, donde él producto o beneficios que se ofrece a los clientes, deberán satisfacer las necesidades del consumidor; su comercialización deberá ser clara y transparente, significando que el cliente cuente con la información de los beneficios que brinda.

Como base fundamental también indica que la sociedad tendrá el derecho a preferir con absoluta libertad, el producto que desea consumir sin restricción alguna, aprovechando todos los beneficios, previo control que la ley demanda. Cabe señalar también, que la ley establece todo el control y ordenamientos de defensa específicamente a los usuarios, consumidores que se siente insatisfecho de los servicios públicos o privados.

Art.53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en prácticas sistema de atención y reparación. (ECUADOR L. C., 2008)

En el país como en la provincia de Santa Elena, las empresas, corporaciones y organismos que demandan servicios públicos, por ley deberán implementar métodos de comprobación que los usuarios o clientes se sienten satisfechos de los servicios que brinda; también que las entidades manejen métodos enfocados específicamente a los usuarios donde exponga su quejas, molestias, reparaciones, beneficios y demás servicios que cuentan las instituciones; esto sería necesario para el cliente.

Es necesario que la provincia de Santa Elena mediante este proyecto diseñara un producto dirigido a los ciudadanos a través del canal televisivo, donde mantendrá informado de las actividades y servicios que brindan las instituciones y que ayudará a fortalecer la imagen institucional de CNEC a sus clientes en el periodo 2014 – 2015.

Art54.- las personas o entidades a que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por deficiente prestación de servicios por la calidad defectuosa del producto o cuando

sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por las malas prácticas en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (ECUADOR L. C., 2008)

Muchos medios de comunicacionales o canal de información, que tienen dichas entidades no funcionan y no receptan las denuncias de los servicios prestados, significando un deficiente servicio de mala calidad. Es por esta razón que el proyecto estará encaminado como respaldo para fortalecimiento de la imagen institucional de CNEL a sus clientes en el período 2014 – 2015.

LA LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

TITULO I

DISPOSICIONES PRELIMINARES Y DEFINICIONES. **Art. 3.- Contenido comunicacional.-** Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art.5.- Medios de comunicación.- Para efecto esta ley, se considera medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencia de radio televisión, que prestan servicios públicos de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos puede ser generados o replicado por le medios de comunicación a través de internet.

Art.7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de asuntos públicos de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de la relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionales establecidos. (COMUNICACIÓN, 2013)

CAPITULO II

METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Como base primordial de la investigación es fundamentarse en la investigación documental bibliográfica, que se enmarca en conocer, comparar, analizar, sintetizar, persuadir e interpretar los diferentes enfoques que tiene cada autor sobre el tema de investigación, teniendo como base fuentes textuales de los libros que se enlazan con las variables.

“La forma de citar es: se realiza la cita entre comillas con un número sucesivo y se coloca al final al pie de párrafo”. (ZAPATA O. A., 2005)

Oscar Zapata, en su libro **Herramientas para elaborar una tesis e investigaciones socioeducativas** indica que existen diversas maneras de citar, cada editorial tiene su manera de hacerla de tal modo que cualquiera puede acudir a la bibliografía citada y verificar la cita como por ejemplo:

“El nombre o nombres de los autores, títulos, subtítulos aquí se detallan en comillas o subrayado, el lugar de edición, el año, el editorial, la página entre otros”. (OSCAR, 2005)

Esto quiere decir que los métodos a utilizar son la fundamentación de varios autores consultados con los libros que tienen referencia a las variables dependiente como independiente del cual se está investigando.

La base de este proyecto tiene como finalidad el propósito de orientar a la ciudadanía sobre los proyectos benéficos ejecutados o por ejecutarse por medio de un programa televisivo a nivel local creado por CNEL EP, pero para ello se necesita tener el criterio o la opinión de los usuarios, obteniendo información por medio material de recopilación de datos.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Modalidad de la investigación

El nivel de trabajo de investigación es **DESCRIPTIVO**, esto quiere decir que se verificará y demostrará la correlación de las variables y analizar a través de las encuestas y entrevistas, los beneficios que tendrían ambas partes con la creación de este proyecto pionero de una entidad pública mediante la tabulación de los resultados obtenidos.

La cual tiene como función el describir detalladamente cada una de las razones de por qué CNEL EP tiene ese déficit en imagen corporativo, analizar las percepciones y opiniones de los usuarios hacia la entidad, para mejorar la calidad del servicios y beneficio que presta dicha institución.

Zapata, en su libro **Herramientas para elaborar tesis** argumenta que “la encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas destinadas a reunir de manera sistemática, datos sobre determinados temas o temas relativos a una población, a través de contactos directos e indirectos con los individuos o grupos de individuos que integran la población estudiada”. (ZAPATA O. , 2005)

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de esta investigación del programa televisivo para el fortalecimiento de la imagen institucional CNEL EP, se creará un espacio informativo audiovisual cuya producción será en beneficio a la ciudadanía mediante el método experimental, donde permite recolectar información de forma detallada y precisa, analizando las causas del

fenómeno directo e indirecto, controlando los escenarios de la problemática presentada y a su vez estableciendo los parámetros necesarios que ayudarán al desarrollar el trabajo de campo.

Para conceptualizar un poco el método experimental que “delinea de lo que será cuando ciertas variables, son maniobradas. El enfoque se dirige a las relaciones de causa y efecto”. (Manuel, 2001)

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

El conjunto de individuos o personas en donde ocurre el problema o fenómeno que se estudia. En esta investigación, el estudio se desarrollará en la Provincia de Santa Elena como base local CNEL EP regional Santa Elena, cuyo número de habitantes de acuerdo con los datos de población por áreas, cantones durante el período 2010 realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), la población es de 308.693 habitantes en la provincia.

MUESTRA

Constituye el subconjunto o parte de la población en la que se realiza la investigación. En este caso se utilizará el muestreo probabilístico simple, donde cada individuo del sector seleccionado podrá ser elegido para que participe como parte de la muestra.

Fórmula estadística de la muestra

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

$$n = \frac{308.693}{0,0025(308.693-1)+1}$$

$$n = \frac{308.693}{0.0025 (308.692)+1}$$

$$n = \frac{308.693}{771,73+1}$$

$$n = \frac{308.693}{772.73}$$

$$n = 399$$

La muestra de la población total es de 399

INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se aplicará la Investigación de campo, este modelo de investigación científica me permitirá la recolección de información importante desde las fuentes.

La encuesta será realizada con preguntas objetivas, que me permitan la recolección de información para conocer la opinión de los habitantes de Santa Elena y de los usuarios directos de la Corporación.

El tamaño de muestra requerido para estimar este parámetro se determinara por la siguiente ecuación:

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

En donde:

N = Tamaño de la población

n = Total de los datos de la muestra

E = Error admisible.

PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizarán varias técnicas de recolección; entre ellas la encuesta a los habitantes, entrevista con apoyo de la indagación de campo, bibliográfica y documental; fichas de observación, entre otros.

Esta información será adquirida con la presente investigación, la cual será clasificada especialmente en cada una de las respuestas, para luego ser tabulada y así convertirla en información estadística, para luego representarla en función del universo muestral como análisis e interpretación de resultados.

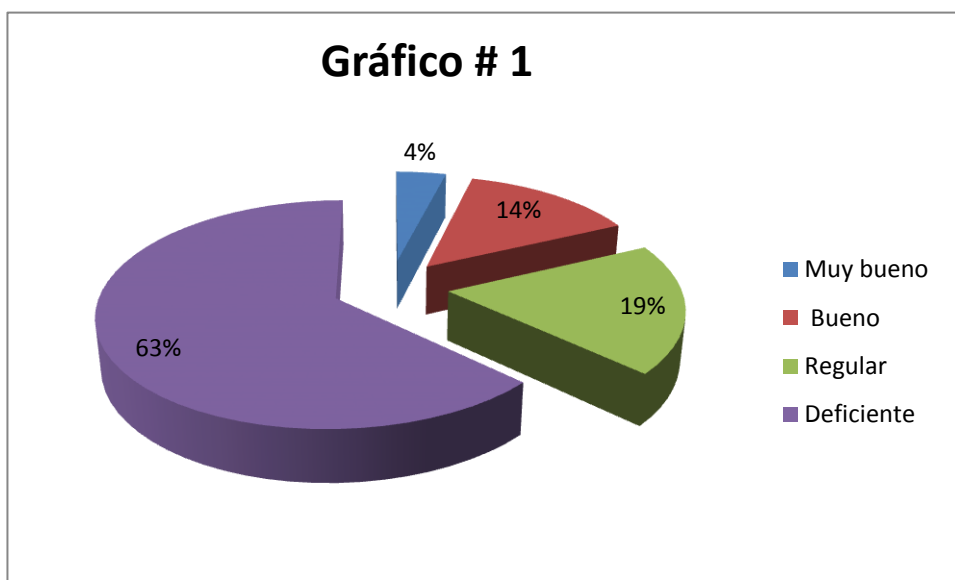
CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

PREGUNTA 1: ¿Cómo califica usted el servicio que brinda la Corporación Nacional Electricidad CNEL EP?

CUADRO #1 CALIFICACIÓN DEL SERVICIO ELÉCTRICO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	16	4%
Bueno	55	14%
Regular	75	19%
deficiente	252	63%
TOTAL	399	100%



Elaborado por: Claudio Ricardo

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las 399 personas encuestadas realizadas entre los habitantes de la provincia de Santa Elena, el 63% indica que existe deficiencia en el servicio que brinda CNEL EP; el 19 % contestaron que regular, mientras que el 14% califican de bueno y el 4% expresan de muy bueno el servicio.

Conclusión: Se Puede deducir en la encuesta realizada, que los usuarios de la provincia de Santa Elena califican como deficiente los servicios que brinda la Corporación Nacional Electricidad CNEL EP; esto indica que el servicio que brinda CNEL EP no es de calidad.

PREGUNTA 2: ¿Piensa usted que existe falencias de comunicación de CNEL EP hacia los usuarios?

CUADRO # 2

FALENCIAS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	312	93%
NO	87	7%
TOTAL	399	100%



Elaborado por: Claudio Ricardo
Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

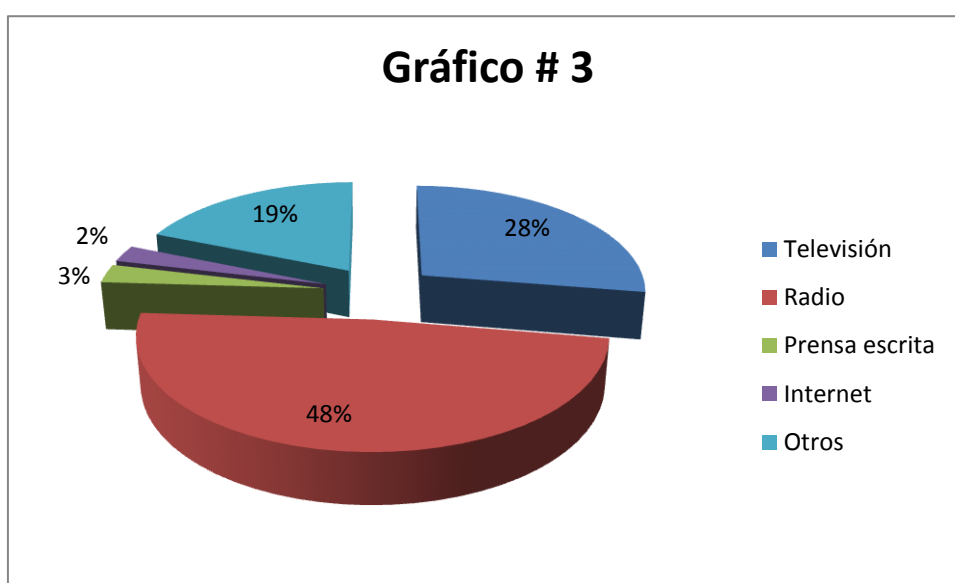
Entre los habitantes de la provincia de santa Elena, el 93% manifiestan que SI existe falencias de comunicación hacia los usuarios y el 7% contestaron que NO

CONCLUSIONES: Los usuarios de la provincia de Santa Elena, en la mayor parte piensan que existen falencias en la comunicación de CNEL EP hacia los usuarios, demostrando que desean que exista una mayor comunicación hacia la comunidad de los servicios que brinda.

PREGUNTA 3: ¿A través de qué medio de comunicación usted se entera de los servicios que brinda CNEL EP?

CUADRO # 3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	110	28%
Radio	193	48%
Prensa escrita	11	3%
Internet	10	2%
Otros	75	19%
TOTAL	399	100%



Elaborado por: Claudio Ricardo

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

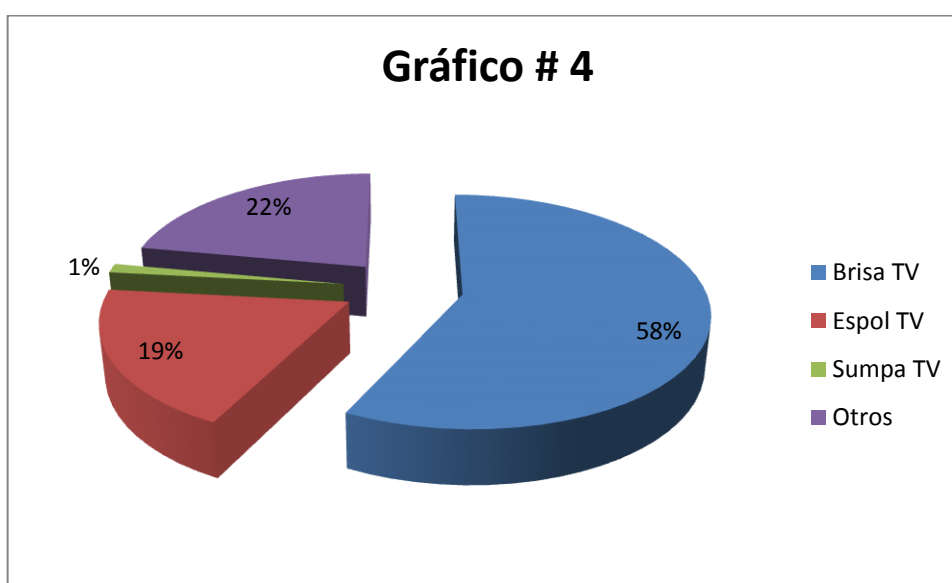
Según en esta encuesta se puede apreciar que el 48% de los usuarios se enteran de los servicios a través de la radio, el 28% utilizan como medio de comunicación la televisión, mientras que el 19% evidencia que en otros medios, el 3% contestaron como medio la prensa escrita y el 2% contestaron que utiliza el internet.

CONCLUSIONES: En este análisis, en su mayor parte los usuarios utilizan como medio comunicación la radio, por tal razón los peninsulares se enteran de los servicios que brinda CNEL EP, a través de ella, destacando que es necesario crear un programa televisivo enfocado a los servicios que presta la institución.

PREGUNTA 4: ¿Qué medio de comunicación Televisivo local sintoniza en la provincia de Santa Elena?

CUADRO # 4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Brisa TV	229	58%
Espol TV	77	19%
Sumpa TV	5	1%
Otros	88	22%
TOTAL	399	100%



Elaborado por: Claudio Ricardo

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

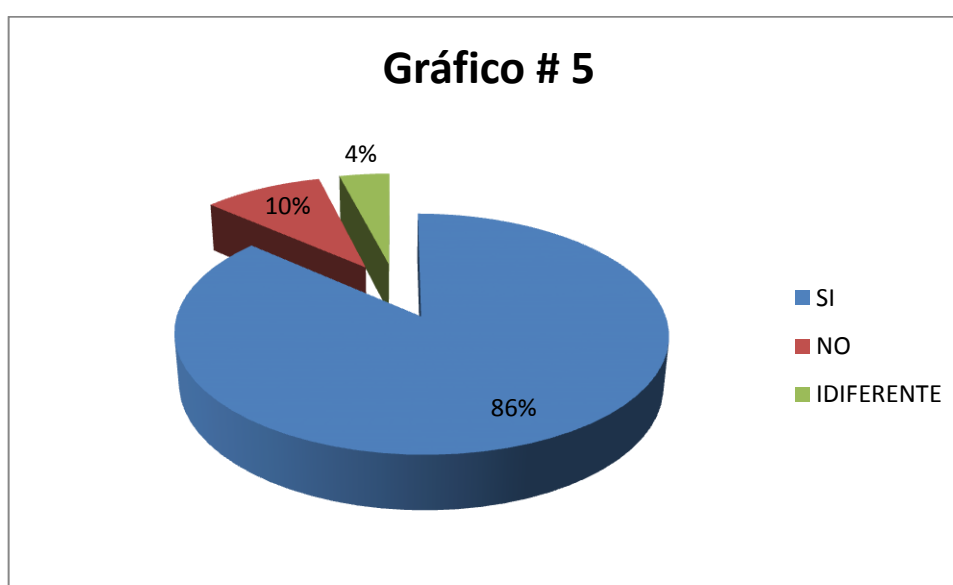
En este gráfico se muestra con claridad que el 58% de los usuarios sintonizan Brisa TV, el 19% sintonizan Espol TV, mientras que el 1% respondió que sintonizan Sumpa TV, y el 22% mencionaron otros medios de televisión pública nacional.

CONCLUSIONES: Los habitantes de la provincia de Santa Elena, mencionan que, en su mayor parte sintoniza Brisa TV, la cual nos da entender que es uno de los canales locales más visto por los peninsulares.

PREGUNTA 5: ¿Considera usted que es necesario que CNEL EP cree un programa televisivo donde informe sobre sus servicios?

CUADRO # 5 CREAR UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	345	86%
NO	38	10%
INDIFERENTE	16	4%
TOTAL	399	100%



Elaborado por: Claudio Ricardo

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

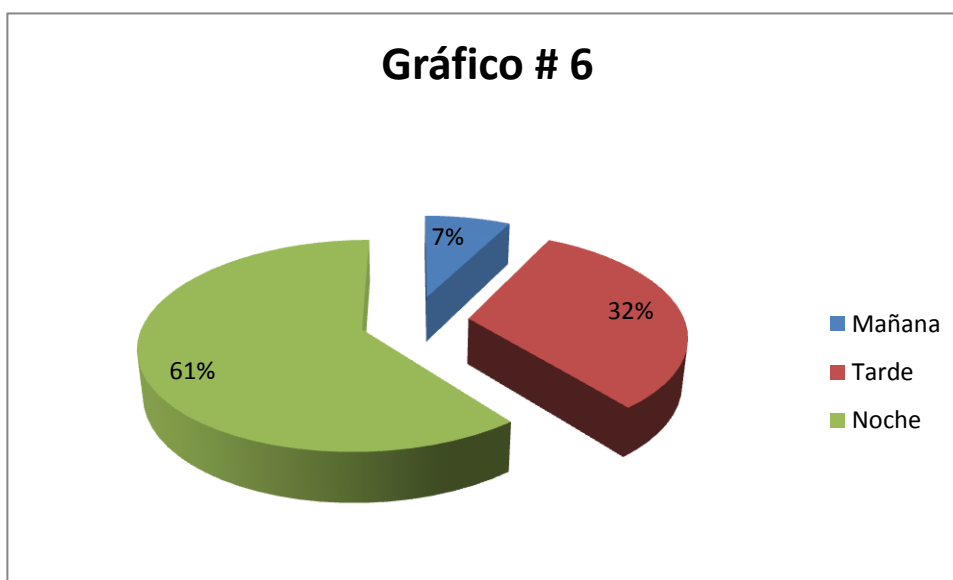
Los habitantes de la provincia de Santa Elena, al ser encuestados si considera que es necesario que CNEL EP cree un programa televisivo donde informe sobre sus servicios, dijeron que SI con el 86%, y 10% considera que NO y con el 4% se manifiesta indiferente.

CONCLUSIONES: De los resultados obtenidos, la mayoría de los habitantes de la provincia de Santa Elena desean que se cree un programa televisivo donde se les informe de todos los servicios que presta dicha institución, lo cual ayudaría a mejorar la calidad de los servicios y fortalecer la imagen institucional de CNEL.

PREGUNTA 6: ¿Cuál es el horario que le gustaría que sea transmitido el programa de CNEL EP, en caso de que sea creado?

CUADRO # 6 HORARIO DE TRANSMISIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAÑANA	30	7%
TARDE	127	32%
NOCHE	242	61%
TOTAL	399	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

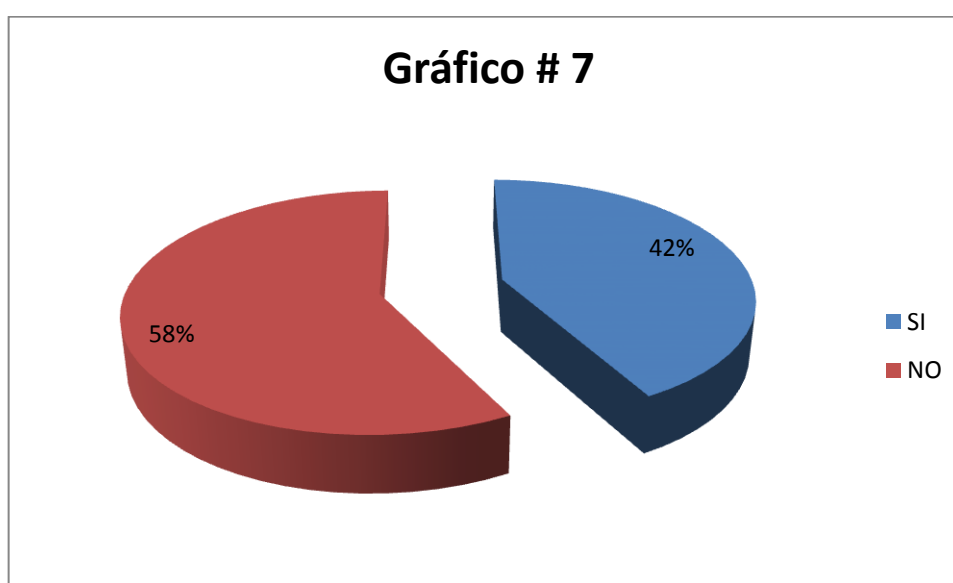
En la encuesta realizada en el horario que le gustaría que sea transmitido el programa el CNEL EP, en caso de que sea creado, el 61% contestó que en horario de la noche, el 32% estuvo de acuerdo en el horario de la tarde y el 7% en la mañana.

CONCLUSIONES: La mayor parte de la población indica que los horarios que le gustaría que sea transmitido el programa sea en la noche, teniendo como conclusión de que la mayoría de los usuarios están en su domicilio, muchos trabajan en el horario de la tarde.

PREGUNTA 7: ¿Ha utilizado alguna vez la página WEB de la empresa CNEL EP?

CUADRO # 7 PÁGINA WEB DE CNEL EP

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	168	58%
NO	231	42%
TOTAL	399	100%



Elaborado por: Claudio Ricardo

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

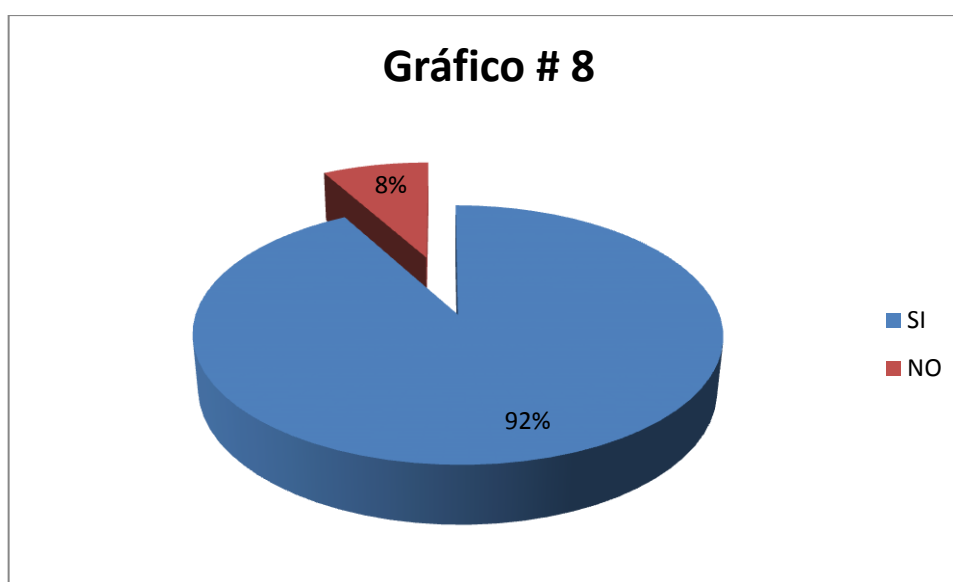
El 58% de encuestados, es decir, 168 usuarios NO ha utilizado alguna vez la página WEB y 42% manifestó lo contrario.

CONCLUSIONES: La mayor parte de la población opina que no ha utilizado la página WEB de la empresa CNEL EP, significando que el programa televisivo debe informar cual es la página web de la institución, lo que ayudaría a los usuarios.

PREGUNTA 8: ¿Cree usted que con la creación de un programa televisivo, CNEL EP mejorará la imagen como entidad pública a nivel provincial?

CUADRO # 8 MEJORAMIENTO DE IMAGEN EN CNEL EP

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	367	92%
NO	32	8%
TOTAL	399	100%



Elaborado por: Michael Ramírez y Claudio Ricardo
Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los encuestados que es un 92 %, indican que si se creara el programa televisivo, si mejoraría la imagen institucional; el resto de la población encuestada que abarca un 8% dice que no se mejoraría la imagen de CNEL.

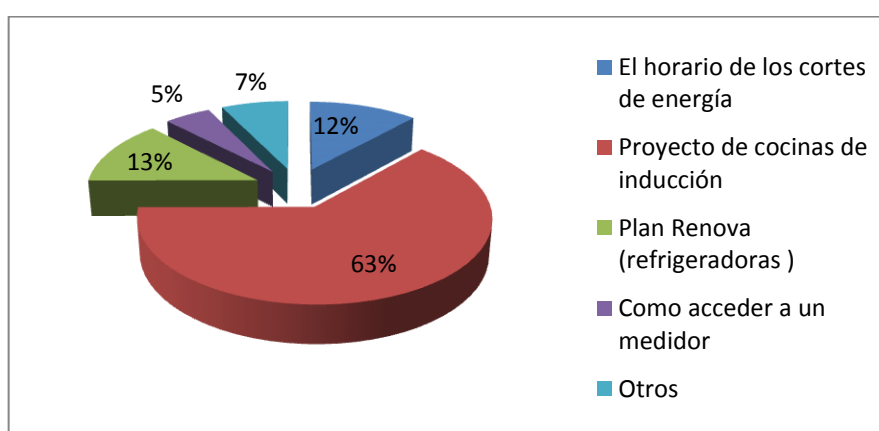
CONCLUSIONES: En su gran mayoría indican que CNEL EP, como entidad pública a nivel provincial mejoraría su imagen corporativa si se creara el programa.

PREGUNTA 9: Le gustaría tener más información sobre:

CUADRO # 9 ALTERNATIVAS DE INFORMACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El horario de los cortes de energía	47	12%
Proyecto de cocinas de inducción	252	63%
Plan Renova (Refrigeradoras)	51	13%
Como acceder a un medidor	20	5%
Otros	29	7%
TOTAL	399	100%

Gráfico # 9



Elaborado por: Michael Ramírez y Claudio Ricardo
Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 63% de la población Santelenenses menciona que se informe sobre el proyecto de cocinas de inducción, por otro lado el 12% necesita que se informe sobre los horarios de cortes de energía por mantenimiento, en un 13% sugiere que se trate del plan Renova que trata de las refrigeradoras, un 5% necesita saber sobre cómo acceder a un medidor de energía y en un 7% requiere información de otros servicios que brinda CNEL.

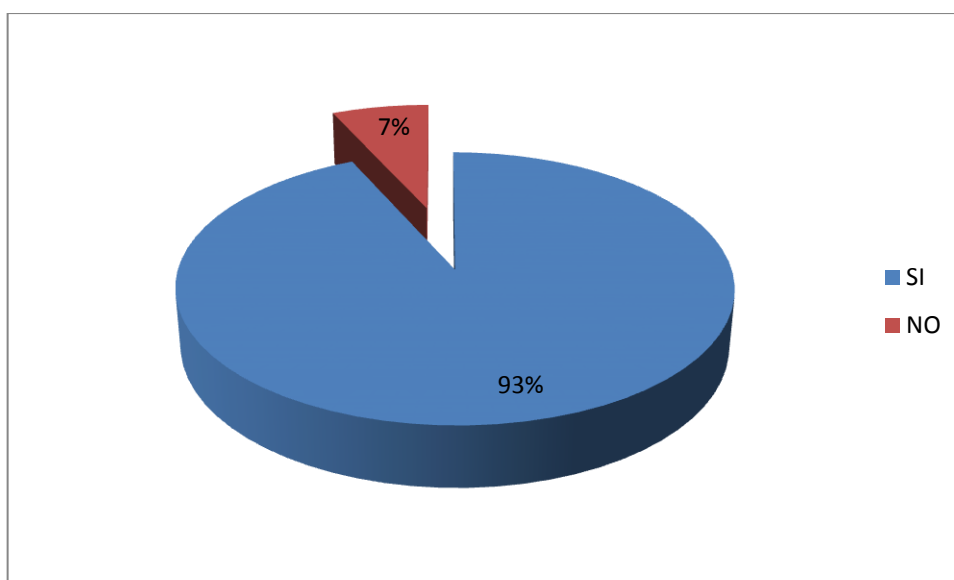
CONCLUSIONES: La población en general necesita tener más acceso a información sobre el tema de las cocinas de inducción que el gobierno está implementando, los datos que se ve por televisión pública a nivel nacional no son los suficientes, los ciudadanos indican que se informe pero de manera local así los datos más específicos del proyecto emitidos por CNEL, regional Santa Elena.

PREGUNTA 10: ¿Usted sintonizaría un programa televisivo creado por CNEL EP?

CUADRO # 10 SINTONIZACIÓN DE PROGRAMA TELEVISIVO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	372	93%
NO	27	7%
TOTAL	399	100%

Gráfico # 10



Elaborado por: Michael Ramírez y Claudio Ricardo
Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 93 % es el resultado de la pregunta número 10, donde los usuarios indican que si sintonizarían un programa de televisión a nivel local, y en un 7 % mencionan que NO.

CONCLUSIONES: Los habitantes de la provincia de Santa Elena según fuente de la encuesta realizada mencionan que si sintonizarían el programa de televisión a nivel local creado por CNEL EP. Entonces sería factible y de mucha utilidad de información audiovisual para los ciudadanos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

En la recolección de datos se puede identificar directamente el problema que se tiene, he aquí las conclusiones que podemos definir.

- Dentro de la investigación y encuesta se puede definir que si existe en un 80 % un problema que es el mal servicio público que presta en CNEL EP, regional Santa Elena.
- Las falencias de comunicación que tiene la Corporación hacia la población no es muy buena, el servicio eléctrico es bueno en ciertas ocasiones pero si se habla de la difusión de comunicación directa con los usuarios, no está en un nivel adecuado de aceptación.
- Los resultados que se pueden apreciar en la encuesta son notorios, la mayor parte de la población escucha radio como primer medio de recepción de información, es alto el porcentaje obtenido, pero no todos obtienen una información eficaz, ya que solo la escuchan y no la visualizan.
- Los medios de comunicación masiva que más utilizan los usuarios es la radio como primera instancia y la televisión como segundo plano, ya que no existe en el ámbito local programaciones televisivas con temas relacionados con CNEL EP, es allí como la población prefiere la radio en vez de la Televisión.
- Brisa Tv y Espol Tv son los canales de gran trayectoria y más vistos a nivel provincial, según la encuesta los ciudadanos en su gran mayoría prefieren ver Brisa Tv en un 58 % y el 19% en Espol Tv y los demás en canales de trasmisión pública.

- Los ciudadanos indican en las respuestas de la encuesta que es necesario que CNEL EP como entidad pública y una de las más estables, cree un programa de trasmisión de información pero no optan por la radio sino prefieren una programación audiovisual y así fortalecer el bajo nivel en imagen institucional.
- El horario que han optado los ciudadanos para ver el programa televisivo es nocturno, en fin de semana como es sábado ya que éste es un día clave donde los televidentes observan más la televisión y es un horario adecuado.
- La tecnología avanza como la manera de receptar información, el internet se ha convertido en unos de los medios masivos en ésta nueva era, y es conveniente constatar la información virtual que los habitantes reciben. CNEL EP tiene su propia página www.cnelep.gov.ec y según las encuestas el 58% indica que Si y el 42 % menciona que no ha visitado éste sitio para informarse de los servicios que presta la Corporación en su página oficial.
- Para mejorar la imagen institucional los encuestados mencionan que se debe crear un programa televisivo creado por CNEL para así mejorar ese bajo índice que se ha enraizado en estos últimos años.
- A nivel nacional por medio de la Secretaria de Comunicación se ésta difundiendo la campaña de cocinas de inducción para que los ecuatorianos accedan a estos beneficios y entremos en un cambio de modernización como lo estipula. A nivel local no hay esa campaña, los usuarios solo receptan información de éste proyecto de modo general a nivel nacional, hay muchas interrogantes de los

ciudadanos sobre ¿Cómo acceder a una cocina de inducción?, ¿Cuáles son sus beneficios?, ¿cómo instalarla?, ¿Cuáles son los convenios con la Empresa Pública? entre otras interrogantes solo con este tema, entonces donde ésta LA COMUNICACIÓN EMITIDA POR CNEL; ese es un problema.

- Los usuarios prefieren un programa que le muestre variedades de datos que le sirvan en la vida diaria en especial el proyecto de cocinas de inducción a nivel local, es allí que se creará un programa televisivo por parte de CNEL donde mostrará de manera audiovisual sus servicios, para beneficios de los usuarios y de la Corporación a la vez.

- Unas de las respuestas claves en un 98 % de la población santelenenses es que si observarían la trasmisión del programa creado por CNEL.

RECOMENDACIONES

- Es necesario la creación de un programa de televisión de CNEL EP, regional Santa Elena, para trasmitirla en Brisa tv como medio masivo de aceptación por los habitantes Santaelenenses.
- El horario adecuado para trasmitir la programación es un sábado en el horario nocturno.
- Como no existe en el ámbito local programas televisivos con temas relacionados con los servicios que presta CNEL EP, es allí donde se aprovechará esa falencia.
- La imagen institucional de CNEL EP se mejorará gracias a la creación de este programa de televisión.
- Se debe aprovechar los medios televisivos locales para difundir los beneficios que presta la institución.
- Obtener datos veraces de la Corporación para su debida difusión.
- La programación debe ser de alta calidad en imágenes, videos, fuentes de información y aprovechar la aceptación de los habitantes con ésta propuesta.
- Con ésta idea será unas de las pioneras en difundir información de los servicios que presta la corporación, y así ser ejemplo para las demás instituciones públicas de la provincia.
- Se necesita de equipo humano profesional.

- Las instituciones públicas necesitan informar de manera audiovisual; ésta es una estrategia de comunicación.

- Se adecuará con las herramientas y equipos técnicos necesarios para la creación del programa.

- Es necesario que CNEL EP busque estrategias de comunicación como ésta.

- Velar por la veracidad y calidad de información para los ciudadanos.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

CREACIÓN DE UN PROGRAMA TELEVISIVO: “CNEL INFORMA”

JUSTIFICACIÓN

En la provincia de Santa Elena, según el resultado de ésta investigación, no existen estrategias comunicacionales que ayuden a la ciudadanía a estar informados de los servicios que brinda CNEL.

Dentro de éste contexto, la propuesta que se plantean es la creación de un programa televisivo con el objetivo de informar y educar a la ciudadanía sobre las actividades que ofrece ésta institución pública.

El propósito es que CNEL EP tenga su propia programación televisiva de los servicios que presta y tener su equipo humano para la edición y grabación. Dotar y fortalecer a la vez el Departamento de relaciones públicas.

El programa televisivo ayudará a la corporación a mejorar su imagen y que la gente cambie percepción del mal servicio que presta la institución según los resultados de la encuesta.

DIAGNÓSTICO

De acuerdo a la investigación realizada de acuerdo a las encuestas se puede diagnosticar lo siguiente:

1.- Que la ciudadanía califica como deficiente el servicio que brinda CNEL.

2.- Que la comunicación es deficiente al momento de transmitir una información del trabajo que realiza.

3.- Que debería crearse un programa televisivo donde se informe sobre los servicios que presta, de este modo mejorará la imagen como entidad pública a nivel provincial.

4.- Ésta es una estrategia de comunicación eficaz, porque se difundirá de manera audiovisual y el mensaje de forma más efectiva.

FUNDAMENTACIÓN TEORICA DE LA PROPUESTA

En esta tesis se plasmó bajo los paradigmas critico-propositivo con la finalidad de mejorar la comunicación que permitirá de cierta forma, alternativas y soluciones positivas para el fortalecimiento de la imagen institucional de CNEL EP. previa los análisis obtenidos de los resultados se puede establecer, que el presente trabajo constituye un aporte de carácter científico comunicativo, que busca mantener informado a la ciudadanía con respecto a los diferentes servicios que brinda, estableciendo relaciones entre los usuarios y la institución.

Como teoría comunicativa para Shannon y Weaver, “considera que la comunicación es muy importante para sociedad, y como un proceso lineal, secuencial y unidireccional”, sin embargo los medios de comunicación en la actualidad influye en gran escala tanto social, político, económico y cultural, donde sin duda los códigos de mensajes cobran una importancia hacia la sociedad.

Javier en su libro específica, “Los medios de comunicación es un conjunto se han convertido en uno pilares básicos de nuestra formación ciudadanos , dentro del sistema televisivo, potencia la educación y la formación de la audiencia” (BALLESTA, 2001), en otra parte manifiesta que la televisión es más que medio, es una comunicación masiva sin distinción alguna, por lo tanto la televisión en su mayoría de los ciudadanos dedican parte de su tiempo en conocer e informase de los acontecimientos programaciones existentes, creando una sociedad de consumo audiovisual demandando audiencia y programación

Partiendo de este principio de correlación es plenamente y necesario la implementación de la propuesta establecida en el trabajo de investigación.

FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA

El direccionamiento de este trabajo investigativo está enfocado en buscar soluciones de carácter social, por lo que el área más importante es precisamente la sociedad peninsular proyectando alternativas de índole comunicativas que faciliten los servicios administrativo que deben ir en función de beneficiar a la colectividad.

Comenta (PASCUAL, 2006)“. El ser humano ha vivido siempre en comunidad. La comunicación es sustancial a nuestra especie y es una cualidad que ha favorecido nuestra supervivencia a nuestra especie”, Sin embargo, aun durante estos años el hombre es un ser social que contribuyen a una sociedad de conocimiento, donde la comunicación siempre ha existido, permanecerá siempre en nuestro diario vivir.

FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA

Desde su existencia el hombre siempre ha tenido la necesidad de buscar alternativas o mecanismo que proporcionen comunicación donde la información sea lo más rápida posible, hoy ante el gran cambio la sociedad busca de cierta forma información eficiente, que los medios comunicación sea ente educativo e información donde cambie la calidad de vida.

“El proceso educativo constituye un amplio desarrollo que extiende en el tiempo de las vidas individuales y las generaciones históricas y profundiza, en los valores, en la ciencia y en la calidad de la vida y la interacción social” (FERNÁNDEZ, 2001).

Esto significa desde diferente punto de vista que la educación es parte importante en nuestra vida, la cual nos llevará al cambio significativo y mejora de la calidad de vida, contribuyendo a una sociedad de conocimiento.

FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA

Está comprobado científicamente que la comunicación influye en cognitivo social, cuando los recursos de comunicación y humanos se utilizan correctamente enfocados a beneficiar a la ciudadanía en general y a las instituciones que presta servicios primarios.

Una comunidad bien informada esta psicológicamente preparada para interrelacionarse con los actores sociales y los indicadores de comunicación muestran el grado de rechazo o aceptación social.

Hoy la sociedad de demanda servicios de calidad, que cuente con tecnología de punta, donde la información sea rápida, precisa y coherente, donde los clientes se sientan satisfechos por lo que adquiere.

FUNDAMENTACION LEGAL

Como parte fundamental es importación establecer, en este proyecto las bases legales que existen constitución de la República del Ecuador y Ley de Orgánica de Comunicación.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Art.16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tiene derecho a:

1.-Una comunicación libre, intercultural, incluyente diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos
(ECUADOR C. D., 2008)

En la Constitución de la República del Ecuador de derechos en lo que respecta a comunicación e información, se especifica sin duda que todos los ciudadanos tienen el derecho a informarse de forma propia e

independiente sin distinción color, raza o religión, sea cualquier fuente o medio informativo, también establece obtención o uso de la tecnología y sus herramientas existentes.

Una de las partes importantes indica que en la creación de medios de comunicación, sobre estableciendo qué el uso de la frecuencias deben ser de forma equitativa en el espectro radioeléctrico

Art.18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2.-acceder libremente, a la información generada en entidades públicas, o en las privadas o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley: En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (ECUADOR L. C., 2008)

Este artículo mencionado establece todas las personas tienen derecho buscar recibir información previamente analiza tanto en su contenido y forma sin restricción alguna tomando en cuenta la responsabilidad ulterior. Sin duda alguna en esta tesina es tal importancias que los ciudadanos conozca los derechos enmarca en la Constitución de la República del Ecuador la cual establece que los ciudadanos tendrá libre acceso a obtener información sea por distintas entidades públicas o privadas en especial las instituciones que manejen dinero del Estados .

Cabe señalar que esta investigación estará encaminado para los usuarios como también para el fortalecimiento de la imagen institucional CNEL en el periodo 2014 – 2015.

Personas usuarias y consumidoras

Art.52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptimas calidad y elegirlo con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. (ECUADOR L. C., PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS, 2008)

Sin duda alguna los ciudadanos tienen derecho a obtener servicios de calidad, donde el producto o beneficio que se ofrece a los clientes, deberán satisfacer las necesidades del consumidor, su comercialización deberá ser clara y transparente, significando que cliente cuente con la información de los beneficios que brinda.

Como base fundamental también indica que la sociedad tendrá el derecho a preferir con absoluta libertad, el producto que desea consumir sin restricción alguna, aprovechando todos los beneficios previos el control que la ley demanda. Cabe señalar también que la ley establece todo el control y ordenamientos de defensa específicamente a los usuarios y consumidores que se sientan insatisfechos de los servicios públicos o privados.

Las sanciones que demanda la ley serán las reparaciones compensación, perjuicios, daños mal calidad de servicios o interrupción de los servicios públicos

Art.53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en prácticas sistema de atención y reparación. (ECUADOR L. C., 2008)

En nuestro país, como en nuestra provincia de Santa Elena las empresas corporaciones y organismos que demandan servicios públicos, por ley deberán implementar métodos de comprobación que los usuarios o

clientes se sienta satisfechos de los servicios que brinda, también que las entidades manejen métodos enfocados específicamente a los usuarios donde exponga su quejas, molestias, reparaciones, beneficios y demás servicios que cuenta las instituciones ya esto sería necesaria para el cliente.

Es por esto necesario que nuestra provincia de Santa Elena mediante este proyecto, diseñará un producto que va dirigido a los ciudadanos a través del canal televisivo donde mantendrá informado de las actividades y servicios que brinda las instituciones que ayudará a fortalecer la imagen institucional CNEL a sus clientes en el periodo 2014 – 2015.

Art54.- las personas o entidades a que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por deficiente prestación de servicios por la calidad defectuosa del producto o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por las malas prácticas en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (ECUADOR L. C., 2008)

En nuestra provincia de Santa Elena existen diferentes entidades que ofrecen servicios las cuales muchas de las instituciones no prestan servicios de calidad, ni tampoco se responsabiliza por los daños causados, peor en su reparación, significando al usuario un descontento de los servicios que prestan, esto crearía consecuencias negativas o un mal concepto para la empresa, la cual afectaría directamente la mala imagen institucional. Según este artículo, indica la responsabilidad a los ciudadanos o entidades que prestan sus servicios públicos; serán sancionadas por el código penal y civil por el mal servicio que presta.

Muchos medios comunicacionales o canal de información que tienen dichas entidades no funciona y no recepta las denuncias de los servicios prestados significando un deficiente servicio. Es por esta razón que el proyecto estará encaminado como respaldo para fortalecimiento de la imagen institucional CNEL a sus clientes en el período 2014 – 2015.

LA LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

TITULO I

DISPOSICIONES PRELIMINARES Y DEFINICIONES.

Art. 3.- Contenido Comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art.5.- Medios de Comunicación.- Para efecto esta ley, se considera medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencia de radio televisión, prestan el servicios públicos de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos puede ser generados o replicado por le medios de comunicación a través de internet.

Art.7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de asuntos públicos y enteres general.

La información o contenidos considerados de entrenamiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de la relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionales establecidos. (COMUNICACIÓN L. L., 2013)

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo general: Elaborar un programa de televisión emitido por CNEL el cual difundirá información televisiva de interés público en Brisa TV para mejorar su imagen corporativa.

Objetivos específicos

- Informar con temas relacionados de CNEL
- Educar y llegar directamente a los habitantes con calidad, sencillez y de fácil comprensión con las informaciones audiovisuales.
- Cambiará la imagen de la corporación con la creación del programa TELEVISIVO y mejorar la percepción de los habitantes hacia CNEL.

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA FINANCIERA

CANTIDAD	ARTÍCULOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	CAMARAS FOTOGRÁFICAS PROFESIONALES SONY	\$ 680.00	\$ 1360.00
2	FILMADORAS SONY CON RESOLUCION HD	\$ 1450.00	\$ 2.900.00
3	MICRÓFONOS	\$ 80.00	\$ 240.00
2	COMPUTADORAS	\$ 620.00	\$ 1.240.00
2	MESAS	\$ 120.00	\$ 240.00
3	SILLAS DE ESCRITORIO	\$ 60.00	\$ 180.00
2	EQUIPO DE ILUMINACIÓN	\$ 100.00	\$ 200.00
TOTAL DE GASTOS DE MATERIALES DE OFICINA			\$ 6360.00

RECURSOS HUMANOS

La propuesta va a contar con profesionales de comunicación social. El personal es el siguiente:

Presupuesto en equipo humano

CANTIDAD	HONORARIOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Director	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00
1	Realizador	\$ 850.00	\$ 850.00
1	Regidor	\$ 620.00	\$ 620.00
2	Operadores de cámaras	\$ 500.00	\$ 1.000.00
1	Sonidista	\$ 450.00	\$ 450.00
2	Editores	\$ 680.00	\$ 1.360.00
1	Presentador	\$ 650.00	\$ 650.00
2	Redactores	\$ 400.00	\$ 800.00
2	Guionistas	\$ 450.00	\$ 900.00
2	Corresponsales	\$ 560.00	\$ 1.120.00
1	Demás equipo técnicos, iluminación, maquillaje, peluquería	\$ 1200.00	\$ 1200.00
TOTAL DE GASTOS EN PERSONAL PROFESIONAL			\$ 10.150.00

LEGAL

Como parte de la propuesta es necesario establecer las bases legales como se estipula en la constitución de la República del Ecuador en el siguiente artículo.

Art.16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tiene derecho a:

1.-Una comunicación libre, intercultural, incluyente diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos (ECUADOR C. D., 2008)

En la Constitución de la República del Ecuador de derechos en lo que respecta comunicación e información nos especifica sin duda que todos los ciudadanos tenemos los derechos a informarnos de forma propia e independiente sin distinción color, raza o religión, sea cualquier fuente o medio informativo, también establece obtención o uso de la tecnología y sus herramientas existente. Indican en otro aspecto, en la creación medios comunicación, sobre estableciendo qué el uso de la frecuencias deben ser de forma equitativa en espectro radioeléctrico.

Art.18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.. (ECUADOR L. C., 2008)

Este artículo mencionado establece con presión que todas las personas tienen derecho buscar recibir información previamente analiza tanto en su contenido y forma sin restricción alguna tomando en cuenta la responsabilidad ulterior. Sin duda alguna en esta tesina es tal

importancias que los ciudadanos conozca los derechos enmarca en la Constitución de la República del Ecuador la cual establece que los ciudadanos tendrá libre acceso a obtener información sea por distintas entidades públicas o privadas en especial las instituciones que manejen dinero del Estados .

Cabe señalar que esta investigación estará encaminado para los usuarios como también para el fortalecimiento de la imagen institucional CNEL en el periodo 2014 – 2015.

TÉCNICA

Se implementarán en el ámbito técnico, las herramientas o equipos que se utilizarán para la creación del programa de televisión denominado “CNEL INFORMA”

Como se detalla a continuación especifica los materiales o herramientas básicas a utilizarse:

IMPLEMENTOS Y HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN
CAMARAS FOTOGRAFICAS	Para la recepción de imágenes en alta calidad para insertarlas en los videos o material audiovisual necesario.
FILMADORAS SONY CON RESOLUCION HD	Ya sean estas de estudio en exteriores o dentro de la misma.
MICROFONÍA	Preferentemente de alta calidad para la recepción de sonidos con su debido cablerio para las instalaciones.
COMPUTADORAS	Que sean de escritorio con pantalla de 19” integradas con programas de edición de videos y sonidos de última generación (VEGA, PREMIUN, AUDITION), y la colección de ADOBE.
SISTEMAS DE GRABACIÓN DE SONIDOS	Micrófonos de alta recepción de sonidos tanto como para las filmadoras como las manuales con esponja para obstrucción

E IMAGEN	de ruido y grabadoras para las entrevistas,
EQUIPOS DE EDICIÓN Y MUEBLES DE OFICINA	Donde mezclar las diferentes ediciones y equipos de oficina adecuados
SISTEMA ELÉCTRICO	De 110 voltios y 220 voltios para dotar de energía a los implementos que se utilizarán.(conexiones)
ILUMINACIÓN	Como focos ahorradores, incandescentes, platina reflectiva de luz, reflectores
COMUNICACIÓN	Radio portátiles si el caso lo amerita

EQUIPO HUMANO

Para obtener un producto final de calidad, se necesita de personal capacitado preferentemente profesional para la creación del programa de televisión. El equipo humano que se necesita debe entrar en un ambiente de trabajo en grupo en que cada uno esté pendiente de su rol al momento de grabar, editar, dirigir, entre otros para la realización del antes, durante y después de la grabación sea ésta en vivo o grabada.

DIRECTOR.- Es el encargado de dirigir todo el programa y como estar al tanto de todo lo que sucede en el programa y controla todos los equipos de trabajo.

DIRECTOR: Sr. Michael Ramírez Avelino

REALIZADOR.- Es el encargado de llevar el control de cámaras, de decidir los planos que se utilizará, los estilos, las combinaciones de tomas, está en contacto con todo el personal que se encuentra en el estudio, sea ésta dentro o fuera de la misma, se comunica con bases de telecomunicaciones como las radios portátiles.

Encargada: Lcda. Mariela Ordoñez Jefa de relaciones públicas

REGIDOR.- Es la persona que hace conexión con el estudio y el equipo de grabación, es la base de la producción, suele comunicarse directamente con las cámaras, los sonidistas, maquilladores entre otros.

Es la persona que se encuentra en el centro del estudio dando órdenes a todo el personal, realiza señas con las manos a los presentadores como los camarógrafos, es el encargado de avisar cuando se entra en corte o se entra al aire o avisa cuando se va a grabar el programa de “CNEL INFORMA”.

Encargado: Sr. Claudio Ricardo Tigero

OPERADOR DE CÁMARA

Su nombre lo dice todo, son los encargados de estar al tanto de las cámaras, un dato importante es que entra directamente en comunicación con el realizador, está pendiente de los personajes que se están grabando haciéndoles un seguimiento, juego de movimiento de planos, lados entre otros aspectos.

Encargado: Lcdo. Manuel Sandoval (Camarógrafo de Sumpa TV)

SONIDO

Ésta tarea se encarga de mantener todos los audios en buen estado, de las conexiones inalámbricas o manuales si así lo requiere; estar pendiente de la ambientación de sonidos como el ruido, los micrófonos, el volumen entre otros aspectos

Encargado: Sr. Oswaldo Tumbaco

VIDEO Y EDITORES

Ya en la etapa de posproducción ya entran los editores de videos, grabados donde le dan esa combinación de colores, animaciones, sonidos, utilizan material de archivo, rellenos.

Encargado: Sr. Michael Ramírez, Claudio Ricardo

PRESENTADOR (ES)

Ellos son los encargados de conducir el programa, son la imagen del programa, informan, guían al televidente de acuerdo al segmento que le asignaron.

Encargado: Lcda. Mariela Ordoñez y Germán Rosales

GUIONISTAS

Son esenciales; se encargan de la elaboración del esquema o estructura del guión que se seguirá en la grabación, como es para televisión se encargaran de hacer dos tipos de formatos una que es el GUIÓN y otra que es la hoja de BREAKDOWN donde se detalla el material que se utiliza en el momento; la locación, vestuario, maquillaje, vehículo, equipos técnicos, sonidos, efectos especiales, iluminación, elenco, personal.

Encargado: TODOS

REPORTEROS.- Son las encargadas de reportar las informaciones que visualizan o se encargan, ya tienen el material listo para editar estos pueden ser audio, entrevistas y son corresponsales del programa.

Encargado: Lcda. Grace Orrala, Lcda. Brígida Vera, Ismael Suárez

Como es también de utilidad están los encargados de iluminación, maquillaje, peluquería entre otros.

POLÍTICA

MISIÓN

Informar de manera audiovisual a los habitantes de Santa Elena de una forma eficaz, de calidad, veracidad y rápida difusión de los beneficios que presta la corporación, comprometidos con la ética profesional de educar y difundir.

VISIÓN

Ser unas de las entidades públicas del más alto prestigio en calidad de servicio a sus habitantes en la provincia de Santa Elena.

- Ser unas de las empresas públicas pioneras de la provincia en tener su propio equipo humano profesional en comunicación, tener su propio estudio de edición y grabación.

REALIZACIÓN DEL PROGRAMA

Se Pone a Consideración Tres Etapas:

La Etapa de la Pre-Producción

La Etapa de la Producción

La Etapa de la Posproducción

LA ETAPA DE LA PRE-PRODUCCIÓN

Es éste el primer paso donde se guiará y ayudará a organizar en el transcurso de la grabación, se tomará en cuenta las diferentes ideas del programa que se realizará, los objetivos, los contenidos, el formato que se va a mostrar, las locaciones, el diseño, el personal que colaborará, la

ambientación entre otros aspectos, que serán de gran ayuda para la realización del programa televisivo “CNEL INFORMA”.

Así mismo con ésta primera parte ya debe estar listo el guión como base fundamental para la construcción del programa.

LA ETAPA DE LA PRODUCCIÓN

En esta etapa es cuando se llevará a cabo la acción de la cámara como el equipo técnico ya en funcionamiento para la grabación del programa “CNEL INFORMA”

Producción de video de apoyo.- Como toda grabación siempre es esencial grabar imágenes de los trabajos que se realizan en la corporación, de las cuales son utilizados y editados en la sala de edición como relleno.

La producción.- Como su nombre lo indica, es cuando se está grabando el programa, se necesitará mucho del guión como herramienta de organización, se seleccionará la locación o lugar de grabación, adaptarse al ambiente, es necesario usar todos los implementos técnicos, el personal como el staff ya debe entrar en acción durante ésta etapa, se utilizarán luces si es necesario y los equipos de grabación de sonidos.

LA ETAPA DE LA POSPRODUCCIÓN

Ya culminadas las dos etapas como la preproducción, la producción de la grabación del programa donde se utilizó los diferentes recursos para un producto de calidad de “CNEL INFORMA”; ya en ésta etapa utilizaremos el material ya grabado para obtener el programa final que comprende el video, el audio, la musicalización como los efectos especiales que se implementarán, sus títulos, los colores, las voces en off las escenas, en sí se utilizará el material que será para el programa entre otros.

Lugar donde creará el programa:

CNEL EP departamento de relaciones públicas

Lugar donde se transmitirá el programa:

BRISA TV

Lugar de alcance de la transmisión del programa:

PROVINCIA DE SANTA ELENA

Horario de transmisión del programa:

Día: sábado

Hora: 20h00 a 20h30

SLOGAN:

“Servirte nos llena de energía”

Gráfico N° Logo del programa



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Claudio Ricardo

Teléfonos y E-mail de contacto:

Teléfono: 0967778358 –

Email: you_miky@hotmail.com

Responsable de la creación del programa televisivo:

Michael Ramírez Avelino

Claudio Ricardo Tigreiro

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El programa televisivo denominado “CNEL INFORMA”, es una propuesta direccionada para informar y educar a los habitantes de la provincia de Santa Elena. Contiene un nivel educativo con material audiovisual, entrevistas, reportajes, documentales, noticias creados por la Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, regional Santa Elena por medio del departamento de relaciones públicas. Este programa tendrá una duración de 30 minutos, y será transmitido por los canales de televisión locales de la provincia de más alta trayectoria como es BRISA TV; el horario será nocturno los días sábados.

Sinopsis general de la producción

Para realizar un buen trabajo audiovisual para el programa “CNEL INFORMA” es hacerla de calidad, de fácil entendimiento con el fin de informar y que sean de provecho para ambas partes.

Se tomarán diversos temas relacionados con la corporación de interés público, se implementaran los reportajes, entrevistas, noticias. Se podrán visualizar imágenes, videos, se hará uso también del audio, se podrán observar trabajos realizados por la corporación, entrevistas con los diferentes usuarios, gerente, personal que labora.

Para los temas de educación, se pondrá en consideración como primer punto informaciones generales de la corporación; como asuntos de medidores, cocinas de inducción, pagos de planillas entre otras interrogantes implantadas por los usuarios.

Como inicio de la creación de este programa se necesita de arduo trabajo que conlleva el antes, durante y después de su realización, para el final de un trabajo de calidad como es la creación de un programa televisivo.

Bibliografía

- armijos, j. c. (2010). *comun nicaci sistemica*. mexico: conejo.
- BALLESTA, J. (2001). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD ACTUAL* . MURCIA .
- betones, M. t. (1997). *FUNCIONES Y EFECTOS DE COMUNICACION DE MASAS*. BARCELONA: TESIS DOCTORAL.
- CAPRIOTTI, P. (FEBRERO 2013). *PLANIFICACION ESTRATEGICA DE LA IMGEN CORPORATIVA* . MALAGA ESPAÑA: EDICION 4 ARIEL PAG.7.
- CRIF. (2008). *UNIVERSIDAD DE LAS ACACIAS* . PAG. 7.
- ECHAZARRETA, C. (1996). *LA TELEVISION, FRICCION O REALIDAD*. ANDALUCIA, ESPAÑA: PAG 63.
- ECUADOR, C. D. (2008). *COMUNICACION E INFORMACIÓN*. ECUADOR.
- ECUADOR, C. D. (2008). *COMUNICACIÓN INFORMACIÓN*. ECUADOR: Art.17.
- ECUADOR, L. C. (2008).
- ECUADOR, L. C. (2008).
- ECUADOR, L. C. (2008).
- ECUADOR, L. C. (2008). *PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS*. ECUADOR: ART.52.
- FERNÁNDEZ, G. T. (2001). *MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SOCIEDAD Y EDUCACIÓN*.
- futuro, R. (2002). *REVISTA FUTURO con calidad, Corporacion de calidad ecuatoriana* . 24.
- GUEVARA, L. (MAYO 2013). *COMUNICADORA SOCIAL ESPECIALISTA EN PUBLICIDAD COMUNICACIÓN COMERCIAL Y DIRECCIÓN DE MARKETING. COLOMBIA . LA RAZÓN Y PALABRAS "PRIMERA REVISTA ELECTRONICA EN AMERICA LATINA ESPECIALIZADA EN COMUNICACIÓN"*.
- HUMBERTO, C. (2001). *DESRROLLO DE UNA CULTURA DE CALIDAD* . MEXICO: Mc. graw hii.
- JAEN, I. (2011). *DISEÑO Y GESTION DE LA IMAGEN EMPRESARIAL*. PAG. 2.
- JARA, U. P. (2009). *CONCEPTOS BASICOS DE COMUNICACION*. PAG. 1.
- LA TELEVISION, F. O. (1996). *CARMEN ECHAZARRETA* . ESPAÑA : COMUNICAR PAG, 68.
- Manuel, S. R. (2001). *Elaboracion De Tesis Profesionales*. MEXICO: PAX MEXICO, INVESTIGACION EXPERIMENTAL PAG 57.
- MAYER, A. Y. (1992). *DIRECCION DE PUBLICIDAD*. MEXICO: PRENTICE HALL PAG. 13.

- OSCAR, Z. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. MEXICO: PAX MEXICO, PAG 131.
- PASCUAL, R. D. (2006). *Fundamentos de la Comunicación Humana* . MADRID.
- POLONIATO, A. (s.f.). *LOS FORMATOS TELEVISIVOS*. GENEROS Y FORMATOS PARA EL GUIONISMO EN TELEVISIÓN EDUCATIVA PAG. 1.
- POLONIATO, P. (s.f.). *LOS FORMATOS TELEVISIVOS*. CAPITULO 7: GENEROS Y FORMATOS PARA EL GUIONISMO EN TELEVISION EDUCATIVA PAG. 151-169.
- RODRIGUEZ, T. F. (2001). *MEDIOS DE COMUNICACION, SOCIEDAD, Y COMUNICACION*. EDICIONES DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA .
- SERRA, A. (2008). *FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LOS GOBIERNOS LOCALES*. BARCELONA: PAG.48- 68.
- ZAPATA, O. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. MEXICO: PAX MEXICO, PAG 189.
- ZAPATA, O. A. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. MEXICO: PAX MEXICO.

ANEXO Nº 1

GUIÓN DE TELEVISIÓN				
NOMBRE DEL PROGRAMA: CNEL INFORMA				HOJA nº 1
Programa No. 1 Tema: cocinas de inducción	Duración: 30 minutos	Fecha de transmisión: 29 – 04 - 2015	Productores: Michael Ramírez Claudio Ricardo	
Pres. y segm.	Contenido o tema	Dur.	T. acum	Observaciones
entrada	Inicio del video Intro del programa	25''	25''	Musicalización y video
Sistema	Entrada del programa	10''	35''	Combinaciones de cámaras
Michael	Presentación: Buenos días a todos os televidentes de la provincia de Santa Elena es un gusto inmenso llegar a todos ustedes con este programa hecho con mucho cariño y esmero para llegar a todos ustedes esto es CNEL INFORMA Donde encontraras información de la semana con referente a CNEL recuerda que puedes despejar de dudas llamándonos a los teléfonos convencionales 042779533 o celular 0967778358 estaremos gustosos de responder a tus preguntas	2'	2' 35''	Musicalización de fondo del programa Iluminación Toma (Plano Americano)
Claudio	Recuerda que este es un programa exclusivo para todos ustedes, me siento feliz por ser éste el primer programa, pionero de la provincia de santa Elena, donde te informaremos de todos los servicios que la Corporación tiene para ti Recuerda que en CNEL "servirte nos llena de energía"	2'	4'35''	Musicalización de fondo Cambio de toma (perfil)
	Inicio de titulares del programa CNEL INFORMA	1'	5'35''	VIDEO

Michael	Es un gusto inmenso mi provincia comenzamos, a lo largo del tiempo CNEL es una institución de gran trayectoria a nivel provincial siendo unas de las estables contando con una gran organización y estructura conformada a nivel nacional con 10 regionales entre ellas santa Elena	6´	11´35	ILUMINACIÓN Movimiento de cámaras
Claudio	El servicio eléctrico que brinda CNEL o más conocido como la empresa eléctrica a cargo de la administración el Ing. Edwin Montenegro es uno de los servicios de calidad que brinda CNEL pero no del todo los usuarios están conformes con el servicio eléctrico	2´25´´	14´	Iluminación
Michael	Luego de esta pausa retornaremos con más información y te contaremos como acceder al PLAN RENOVA y así obtener tu refrigeradora nueva no te muevas.	2´	16´	El regidor está pendiente para a mandar al siguiente corte publicitario
Sistema	Corte comercial	1´50´´	16´50´´	
	Publicidad de la corporación	1´35´´	18´15´´	Videos
	Publicidad e la corporación	1´45´´	20´	Videos plan Renova y cocinas de inducción
	Propaganda	30´´	20´30´´	Video cocinas
	Cortina musical Entrada del segundo segmento	15´´	20´45	Iluminación Combinaciones de cámaras (tomadas)panorámica
Claudio	Regresamos pero no sin antes contarles que para el 4 de abril se darán mantenimiento	2´10´´	22´55´´	Música y video publicitario

	eléctrico en el cantón La Libertad Barrio 25 de septiembre desde las 05 h00 a 08 h00 avisaos con anticipación desconectar los electrodomésticos 10 minutos antes			Voz en on
Michael	Desde los años 50 esta empresa fue base primordial para el servicio eléctrico dotando a los barrios más pobres del servicio eléctrico	1'20''	24'15''	Iluminación
Michael	Breve reseña histórica de la corporación desde los años 50 hasta la actualidad 2015	3'	27'15''	Videos
Claudio	Voz en un	30''	27'45	Videos editados
Claudio	No te despegues regresamos después de esta pequeña pausa comercial recuerda que SERVIRTE NOS LLENA DE ENERGIA	1'	28'45''	Música del programa
	Publicad de las cocinas de inducción	15''	29'	Videos publicitarios
	Publicidad de la secretaría de comunicación "Cocinas de inducción tiene buena acogida"	10''	29'10''	Videos
Michael	Regresamos con más información CNEL EP regional santa Elena está dotando de convenios de pago para los habitantes de la provincia con grandes deudas con la corporación Pedimos solicitar en las instalaciones de la empresa formularios donde es muy fácil de llenar y así beneficiarte de los servicios	20''	29'30	Iluminación
Claudio	Servirte nos llena de energía se ha implementado instalación de 100 lámparas colocadas a lo largo de la entrada de la comuna de Valdivia , este es un proyecto como inicio del mes de abril, recuerde que ya pronto visitaremos su sector para la instalación de iluminarias para darte un mejor servicio.	15'	29'45''	Combinaciones de tomas (cámaras)

Michael	Al momento estamos llegando al final del programa pero no me despido sin antes recordarte cumple con tus obligaciones de pago y obtendrás grandes sorpresas.	1'	30'45	Combinaciones de cámaras (plano detalle)
Claudio	Es un gusto haber compartido este programa contigo	10''	30''55	Musicalización del programa
Michael	Será para una próxima edición no te olvides el próximo sábado en este mismo horario no te desconectes que la próxima tendremos muchas sorpresas más para ti. CNEL INFORMA PARA TI	35''	31'30	Musicalización del programa
	Créditos	5''	31'35	Video musicalización
	Video del programa de CNEL INFORMA	25''	32'	VIDEO ORIGINAL

ANEXO: Nº 2

FORMATO DE ENCUESTA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTA DE CIENCIAS SOCIALES LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

**CON EL OBJETIVO DE FORTALECER LA INVESTIGACION DEL TEMA DEL
PROGRAMA TELEVISIVO PARA FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN
INSTITUCIONAL DE CNEL – SANTA ELENA. 2014 - 2015**

Lea y marque con una (x) la respuesta correcta.

1. ¿Cómo califica usted el servicio que brinda la Cooperación Nacional Electricidad CNEL EP?

Muy bueno () Bueno () Regular () Deficiente ()

2. ¿Piensa usted que existe falencias de comunicación en CNEL hacia los usuarios?

SI () NO ()

3. ¿A través de qué medio de comunicación usted se entera de los servicios que brinda CNEL?

Televisión () Radio () Prensa escrita () Internet () Otros ()

4. ¿Qué medio de comunicación Televisivo local sintoniza en la provincia de Santa Elena?

Brisa TV () Espol TV() Sumpa TV () Ninguno()

5. ¿Considera usted que es necesario que CNEL cree un programa televisivo donde informe sobre sus servicios?

SI () NO () Indiferente ()

6. ¿Cuál es el horario que le gustaría que sea transmitido el programa de CNEL EP, en caso que se creado?

Mañana ()

Tarde ()

Noche ()

7. ¿Ha utilizado alguna vez la página WEB de la empresa CNEL?

SI ()

NO ()

8. ¿Cree usted que con la creación de un programa televisivo, CNEL mejorará la imagen como entidad pública?

SI ()

NO ()

9. ¿Le gustaría tener información sobre:

El horario de los cortes de energía ()

Proyecto de cocinas de inducción ()

Plan Renova (Refrigeradoras) ()

Como obtener y cambio de un medidor ()

Otros ()

10. ¿Usted sintonizaría un programa televisivo creado por CNEL?

SI ()

NO ()

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Document viewer interface showing a document titled "URKUND MICHAEL Y CLAUDIO.docx" (D14047922) with a 7% completion status. The document content is partially visible, discussing television channels in Santa Elena. A list of sources is shown on the right, including "TEMA1.docx" and various URLs. A green box highlights a specific sentence in the document, and a blue line connects it to a green box below.

Document: URKUND MICHAEL Y CLAUDIO.docx (D14047922)
Created: 2015-04-22 17:23 (-05:00)
Created by: ameza@upse.edu.ec
Delivered by: ameza.upse@analysis.urkund.com
Message: TESIS RAMIREZ Y RICARDO Show full message

7% of this approx. 24 pages long document consists of text present in 5

External source: http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Especialidad/... 86%

desde un punto de vista se los considera una unidad de emisión, un texto en particular que integra a la red programática de determinado canal o

canales. (POLONIATO A.) La provincia de Santa Elena tiene actualmente muchas empresas televisivas, como Arisa tv, Espol tv y Sumpa tv que han sido pioneras en la difusión de información audiovisual a los pobladores santelenenses desde muchos años atrás. Por estos medios televisivos las empresas públicas de la localidad de la provincia de Santa Elena utilizan material audiovisual referente a transmisión de información de diferentes temas relacionados con la entidad hacia un público específico. El 14 de diciembre de 1965 es aprobado el estatuto donde se emite el dictamen favorable y constituyéndose como La Empresa Eléctrica Península de Santa Elena, un 24 de marzo de 1966, esto se realizó gracias a las gestiones que se efectuaron los representantes de las municipalidades de Santa Elena y Salinas en aquella época donde intervinieron los señores Luis Eduardo Rosales Santos y Alfonso Cobos, con la colaboración del Economista Cristóbal Flores, Gerente General del INECEL, que incluyó en los proyectos, para los proyectos de electrificación

INFORME FINAL DEL URKUND 7%

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

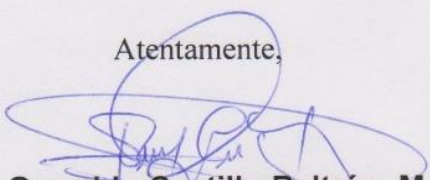
Yo, Magíster. Oswaldo Flavio Castillo Beltrán. Certifico: Que he revisado la redacción y ortografía del contenido del proyecto educativo. **PROGRAMA TELEVISIVO PARA FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CNEL – SANTA ELENA. 2014 - 2015**, elaborado por los egresados. Ramírez Avelino Michael Darío y Ricardo Tigreiro Claudio, previo a la obtención del título de: **LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**.

Para efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción
- Hay concreción y exactitud en las ideas
- No incurre en errores en la utilización de las letras
- La aplicación de la Sinonimia es correcta
- Se maneja con conocimiento y precisión de la morfosintaxis
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su tesis previo a la obtención del Título de Licenciado y deja a vuestra consideración el certificado de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,


Dr. Oswaldo Castillo Beltrán. Mg
Registro SENESCYT 1006-11-733293
Cuarto Nivel

ANEXO 3
EVIDENCIA DE SALIDA DE CAMPO EN CNEL EP.





