



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

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL COMO HERRAMIENTA  
DEL POSICIONAMIENTO POLÍTICO EN EL CANTÓN LA  
LIBERTAD.**

**AUTOR:**

**SOLORZANO MURILLO RICARDO ISMAEL**

**TUTOR:**

**Lcdo. ÁNGEL ALBERTO MATAMOROS DÁVALOS, PhD**

**DOCENTE ESPECIALISTA:**

**LIC. GERZON ALFREDO COCHEA PANCHANA, MGTR.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**COMUNICACIÓN POLÍTICA**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

# ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	2
<b>DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	5
<b>DEDICATORIA</b> .....	6
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	7
.....	8
<b>CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN IUC</b> .....	8
<b>RESUMEN</b> .....	10
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	12
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	13
1.1 Antecedentes del problema de investigación.....	13
1.2 Formulación del problema .....	16
1.3 Objetivos .....	17
1.3.1 Objetivo General .....	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Justificación de la investigación .....	17
1.5 Matriz de operacionalización de variables.....	19
<b>2. CAPITULO II. MARCO TEÓRICO</b> .....	22
2.1. Conocimiento actual .....	22
2.1.1 La comunicación interpersonal: .....	22
2.1.2 Posicionamiento Político .....	23
2.2 Fundamentación Teórica y conceptual .....	25
2.2.1 Comunicación .....	25
2.2.2 Comunicación interpersonal: .....	25
2.2.3 Proceso de la comunicación interpersonal .....	25
2.2.4 Oratoria .....	26
2.2.5 Lenguaje no verbal .....	26
2.2.6 Posicionamiento .....	26
2.2.7 Posicionamiento estratégico.....	26
2.2.8 Redes sociales .....	27
2.2.9 Política .....	27
2.2.10 Estrategia en una campaña electoral.....	27

2.2.11 Opinión pública .....	28
2.2.12 Prestigio personal.....	28
2.2.13 Ética .....	28
2.3 Marco Legal.....	29
<b>3. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>31</b>
3.1 Tipos de investigación .....	31
3.1.1 Básica descriptiva .....	31
3.2 Enfoque de investigación .....	31
3.2.1 Enfoque Mixto.....	31
3.2.2 Diseño no experimental .....	31
3.3 Métodos de investigación .....	32
3.3.1 Método inductivo.....	32
3.4 Alcance de la investigación .....	32
3.5 Técnicas e instrumentos.....	33
3.5.1 Entrevista .....	33
3.5.2 Encuesta .....	33
3.6 Instrumento.....	33
3.6.1 Cuestionario con escala Likert.....	33
3.6.2 Guía de preguntas .....	34
3.7 Población y muestra.....	34
3.7.1 Población .....	34
3.7.2 Muestra .....	34
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Procesamiento de la información .....	36
4.2 Análisis e interpretación de resultados.....	36
4.2.1 Análisis cuantitativo: encuesta.....	36
<i>Tabla 1.</i> .....	37
4.2.2 Análisis cualitativo: entrevista.....	47
<b>5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>50</b>
5.1 Discusión de la encuesta: .....	50
5.2 Discusión de la entrevista: .....	52
<b>Conclusiones .....</b>	<b>54</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>55</b>

**REFERENCIAS** ..... 56

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; SOLORZANO MURILLO RICARDO ISMAEL con C.I. 2450104548, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: La comunicación interpersonal como herramienta del posicionamiento político en el cantón La Libertad. Corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 5 de diciembre, 2023.

Atentamente,



---

Ricardo Ismael Solorzano Murillo  
CI: 2450104548

## **DEDICATORIA**

Para la persona que más he amado en esta vida, mi mamá.

## **AGRADECIMIENTOS**

A dios y mi familia.



# FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

### CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN IUC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 5 de diciembre del 2023

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

**Directora de la Carrera de la Carrera de Comunicación- UPSE**

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el estudiante **Ricardo Ismael Solorzano Murillo** con cédula de identidad No **2450104548**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la Carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“La comunicación interpersonal como herramienta del posicionamiento político en el cantón La Libertad”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se **apruebe** el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

**“Art 11. Actividades académicas del docente tutor.** - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión por sus especialistas.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

**Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD**  
**DOCENTE TUTOR**

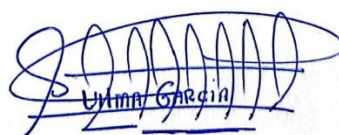


**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR**



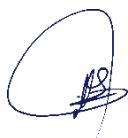
---

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.  
**DIRECTORA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Lcda. Vilma Maribel García González.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Lic. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.  
**DOCENTE TUTOR DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Lic. Gerzon Alfredo Cochea Panchana  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Ricardo Ismael Solorzano Murillo  
**ESTUDIANTE**

# **La comunicación interpersonal como herramienta del posicionamiento político en el cantón La Libertad**

Ricardo Ismael Solorzano Murillo  
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación tiene relación con la política, la sociología, la deontología y la influencia de la palabra en la conducta de las personas. Cuyo objetivo es identificar el uso de la comunicación interpersonal como herramienta del posicionamiento político en el cantón La Libertad, a través de herramientas y estrategias de comunicación aplicadas al posicionamiento de un sujeto político. Su uso marca un antes y un después a raíz de emplearla de forma correcta. La investigación presenta una justificación legal y teórica, logrando su uso en la validación y sustentación. La metodología aplicada es básica descriptiva y cuenta con un enfoque mixto además de un diseño no experimental y un método inductivo, como técnica aplicada se tiene una encuesta dirigida a sujetos influyentes en la política y colectividad mientras que la entrevista es direccionada a expertos en el ámbito político. Los resultados obtenidos evidencian que el uso adecuado de la comunicación interpersonal como una herramienta de comunicación, potencia el posicionamiento en el ámbito político influyendo en los pensamientos de la colectividad con respecto al prestigio personal.

**Palabras Claves:** Comunicación interpersonal, política, posicionamiento, estrategias, opinión pública, ética.

# **Interpersonal communication as a tool of political positioning in the canton of La Libertad**

Ricardo Ismael Solorzano Murillo

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

## **ABSTRAC**

This research project is related to politics, sociology, deontology, and the influence of words on people's behavior. The objective of which is to identify the use of interpersonal communication as a tool for political positioning in the canton of La Libertad, through communication tools and strategies applied to the positioning of a political subject. Its use marks a before and after because of using it correctly. The research presents a legal and theoretical justification, achieving its use in validation and support. The applied methodology is basic descriptive and has a mixed approach in addition to a non-experimental design and an inductive method. As an applied technique, there is a survey directed at influential subjects in politics and the community while the interview is directed at experts in the field. political. The results obtained show that the appropriate use of interpersonal communication as a communication tool enhances positioning in the political sphere, influencing the thoughts of the community regarding personal prestige.

**Keywords:** Interpersonal communication, politics, positioning, strategies, public opinion, ethics.

## INTRODUCCIÓN

La habilidad de comunicarse efectivamente es una necesidad en todos los aspectos de la vida, y su importancia se manifiesta de manera especialmente evidente en el ámbito político. La política se basa en la interactuar con gran diversidad de personas, cada uno con sus propias expectativas. Además, la comunicación interpersonal no se trata solo de transmitir información, sino de escuchar y comprender las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos. La empatía y la habilidad para conectar a nivel personal son elementos esenciales para forjar relaciones duraderas y confiables con su público objetivo. La comunicación en la política no es solo unidireccional, sino un proceso interactivo que requiere diálogo, negociación y resolución de conflictos.

Existen casos donde las diferencias políticas pueden dar lugar a divisiones profundas, es justo ahí donde la comunicación interpersonal de forma efectiva se convierte en un puente hacia la reconciliación y la construcción de consensos. Los líderes políticos que puedan comunicar sus ideas y propuestas de forma persuasiva y respetuosa tienen una mayor probabilidad de superar adversidades y encontrar soluciones en beneficio de la sociedad en su conjunto.

Un simple comentario mal entendido en la comunicación puede tener repercusiones profundas y duraderas en la percepción pública y en las relaciones políticas. Por lo tanto, aquellos que aspiran a la vida política deben entender que la comunicación interpersonal es una herramienta fundamental para lograr objetivos y promover sus ideales. La calidad de la comunicación política afecta la salud de la democracia en su conjunto. Una comunicación honesta y respetuosa fomenta la confianza en las instituciones y promueve la participación pública. La mejora de habilidades de comunicación en la política no solo es un valor agregado para aquellos que aspiran a cargos públicos, sino una responsabilidad colectiva que impulsa la construcción de una sociedad más informada, unida y democrática.

# 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1 Antecedentes del problema de investigación

La comunicación interpersonal se convierte en un factor central en el ámbito político, ya que la percepción del candidato ante la opinión pública es crucial. No solo se trata de la apariencia física, sino también de lo que se comunica sobre él. Para lograr esto, se inicia un proceso de capacitación mediante asesorías, la lectura, para poder así mediante el tiempo y la experiencia pulir este aspecto. De esta manera se puede dirigir de manera más efectiva las declaraciones emitidas por el sujeto político y su estilo de expresión, lo que contribuye a mejorar su comunicación con las personas, consolidar su imagen y a reforzar su posición política. (Otero, 2007) indica que:

La comunicación está en el centro mismo de la conducta de todos los seres humanos. En consecuencia, es necesario entenderla y, particularmente aprender las competencias necesarias para generar la comunicación exitosa entre las personas, enfrentar y superar sus malentendidos y ser protagonistas y actores de relaciones personales y laborales cada vez más satisfactorias (pág. 2)

La necesidad de entender y aprender las conductas de los seres humanos parte desde lo más profundo de la comunicación, la percepción que se tiene respecto a un sujeto político, aun cuando no se quiera o no, parte desde la opinión pública.

La comunicación interpersonal inicia cuando los seres humanos buscaban la forma de transmitir información o interactuar de forma directa. A medida que evolucionaba la sociedad, la comunicación influía mucho más para la supervivencia y el desarrollo de las comunidades. Según (Blumer, 1966) nos indica que:

La comunicación interpersonal antes llamado 'interaccionismo simbólico', destaca la importancia de la interacción entre individuos y como estas interpretaciones influyen en su comportamiento y en la construcción de la realidad social. "Un grupo humano es un proceso social en curso en el que la gente se compromete a ajustar recíprocamente sus conductas para tratar con las situaciones" (pág. 15).

La comunicación interpersonal o el interaccionismo simbólico es una teoría que se enfoca en la interacción social y como las personas construyen sus realidades de forma positiva o negativa mediante de la comunicación y cómo influye en su comportamiento.

El posicionamiento político se basa en la estrategia utilizada por un político, o un partido político para establecer su posición en temas y cuestiones relevantes para el político y la sociedad en general. Para (Kotler, 1991):

El posicionamiento político no es más que es una estrategia de marketing aplicada a la comunicación política, se refiere a como se ubica el candidato y su mensaje en la mente de los electores; su propósito no es crear algo nuevo, sino manipular lo que ya está en la mente y revincular las conexiones que ya existen, logrando así una mejor aceptación. (pág. 327).

El posicionamiento político se trata de cómo un candidato o un partido político utiliza estrategias de marketing y comunicación para ser capaz de alterar la percepción de los electores, esto implica la presentación de nuevas ideas, nuevas políticas y nuevos conceptos, para que los electores se sientan identificados.

La comunicación interpersonal en el día a día es notable para construir relaciones, colaborar, compartir información, expresar emociones y lograr una convivencia armoniosa en la sociedad. (Hernández y Rosa, 2018) mencionan que:

La comunicación interpersonal es un aspecto fundamental dentro de todo tipo de relaciones humanas y una característica que nos define como tales, y quienes no tienen interacciones significativas con los demás, tienden a desarrollar depresión, en tanto que las personas que desarrollan habilidades interpersonales y las ponen en práctica están más satisfechos con sus relaciones cercanas, se adaptan y ajustan mejor a la subsistencia (pág. 2).

Las relaciones significativas y la capacidad de interactuar de manera efectiva con otros son aspectos esenciales de la experiencia humana y tienen un profundo impacto en la salud mental, tanto así que nuestro cambio de humor puede depender de la interacción.

El posicionamiento político se refiere a la ubicación ideológica, tanto física como mental de una persona, grupo o sujeto político. Para (Sen, 2010) nos dice que:

La democracia se logra dependiendo únicamente de los patrones reales de conducta, del funcionamiento de las interacciones políticas y sociales, y de cómo la sociedad

se vincula con las realizaciones de las instituciones públicas manejando sus oportunidades y haciendo alusión a sus promesas políticas (pág. 1)

La democracia es producto del comportamiento de las personas, como funcionan las interacciones políticas y sociales y a la manera en que los miembros se relacionan con la sociedad. Esto implica que los ciudadanos aprovechen las oportunidades disponibles y supervisen el cumplimiento de las promesas políticas teniendo en cuenta todos los factores posibles.

Es necesario entender la comunicación entre individuos en el contexto que se encuentre. A pesar de que se aborda esta cuestión en diversas partes, no se examina la relación entre la comunicación interpersonal y el proceso de enseñanza desde un punto de vista metodológico, (Medina, 2010) en un artículo llamado “El impacto de la comunicación interpersonal en la motivación del personal hospitalario”, realizado en la universidad de Navarra - España, menciona que: La comunicación interpersonal es la herramienta más apropiada, debido a que permite desarrollar relaciones humanas y profesionales entre sus participantes. (pág. 1) La comunicación interpersonal es una herramienta poderosa para motivar, persuadir e influir en las personas de manera efectiva en ámbitos profesionales y construir relaciones con un alto impacto significativo siempre que se utilice de forma correcta.

A nivel local se ha evidenciado el constante desarrollo de la comunicación interpersonal dentro de la política, sin embargo, no existe una investigación sobre el tema a presentar, por lo tanto, es indispensable profundizar en el tema: La comunicación interpersonal como herramienta del posicionamiento político en el cantón La Libertad.

Bajo este contexto se describe la problemática planteada la cual se circunscribe en:

En la provincia de Santa Elena, cantón La Libertad se ha podido evidenciar como afectan la calidad y eficacia de la conducta entre los individuos por el uso inadecuado de la comunicación interpersonal mediada por sujetos políticos, la forma en la que los individuos expresan y defienden sus posiciones políticas puede tener repercusiones significativas en la calidad de la comunicación y por consiguiente en su reputación.

El mantener diálogos constructivos no solo es un puente hacia oportunidades políticas más significativas, sino que también desempeña un papel crucial de un entorno político y social más saludable y colaborativo, además de instruir a las personas, ayuda a cambiar la percepción de la opinión pública que se tiene o se tenía, este principio parte desde la comunicación interpersonal recreando su buen uso. Para ello es necesario entender como funciona la política a nivel Nacional, además explicar el posicionamiento a nivel regional y local.

La política en el Ecuador ha tenido un cambio significativo a raíz de las últimas elecciones presidenciales, primero porque se anticipó al tiempo que debía tener el expresidente Guillermo Lasso el cual mediante la muerte cruzada eliminó a los asambleístas que dificultaban la toma de decisiones en su gobierno. Cuando se toma la decisión del “suicidio político”, empieza una revolución del posicionamiento tanto a nivel local, nacional y regional, esto debido a que se tenían que escoger nuevos asambleístas que representen la voz del pueblo.

Dentro de este auge de posicionamiento se evidenció el uso de la comunicación interzonal como herramienta del posicionamiento político al momento que los sujetos políticos empiezan a hacer recorridos y puntos de encuentro con los habitantes de cantones, comunas, parroquias, expresando su pensar y logrando así posicionarse entre los demás candidatos a la elección.

## **1.2 Formulación del problema**

La conducta de una persona se ve reflejada en los comportamientos persuasivos que se apliquen en ella, para ello se plantea la siguiente pregunta de investigación científica:

- ¿Cómo afecta la comunicación interpersonal en la calidad de las relaciones sociales cuando se está formando una opinión pública?
- ¿Cómo influyen las estrategias de comunicación para el fortalecimiento del posicionamiento político?
- ¿Puede la comunicación interpersonal ser el puente para posicionarse políticamente mediante el uso adecuado?



## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo General***

Identificar las estrategias y técnicas del uso efectivo de la comunicación interpersonal para mejorar el posicionamiento político en el ámbito local del cantón La Libertad.

### ***1.3.2 Objetivos específicos***

Como objetivos específicos constan:

- Determinar los factores que demuestran la influencia de la comunicación interpersonal en la calidad de las relaciones en el entorno sociopolítico en el cantón La Libertad
- Identificar las estrategias específicas de comunicación y sus ventajas para el fortalecimiento del posicionamiento político
- Sugerir nuevas estrategias y enfoques del uso de la comunicación interpersonal con el fin de posicionar un sujeto político en el ámbito local de La Libertad

## **1.4 Justificación de la investigación**

El presente trabajo de investigación busca entender como la comunicación interpersonal puede utilizarse de otras formas, no solo para comunicarse, sino también para posicionarse tanto mental como estratégicamente. El desarrollo de habilidades sociales ayuda a adaptarse en otros contextos. Según los estudios de (Lazarsfeld, 2006) nos dice que:

El concepto de influencia personal propuesto por él y su grupo de trabajo sostenía que las relaciones personales en las que los hombres desarrollaban su vida tienen más poder de influencia sobre los miembros de un auditorio que los propios medios de comunicación de masas. Una de las cualidades de un buen líder es poder convencer a alguien y saber cómo persuadir a un individuo o un colectivo (pág. 11).

Esto debido a que la influencia de la comunicación es directa y no hay distractores de por medio, asegurando así la concentración total del mensaje emitido.

Esta investigación analizará como herramienta del posicionamiento político la comunicación interpersonal en el cantón La Libertad, con la finalidad de demostrar lo

indispensable que es tener buenas habilidades comunicativas para la influencia en las masas y su efectividad para conseguir y ejecutar los objetivos planteados al inicio de un proyecto determinado, buscando así la excelencia ejercida por un sujeto político que busca posicionarse.

Las personas buscan relacionarse porque es parte vital para su crecimiento personal, dentro de la sociedad hay varios factores que se deben tomar en cuenta para que una persona surja y se posicione como uno de los principales exponentes de la comunidad, por ende, es importante saber cuáles son las habilidades o técnicas que se deben aplicar para poder así surgir como una figura en la sociedad tomando un papel más importante.

A raíz de esto surgen las relaciones interpersonales que son aquellas que comparten un mismo fin, emociones, actividades sociales, incluso intereses los cuales buscan ser complacidos por los agentes involucrados en este proceso. El lenguaje que use cada persona se convierte en una herramienta para conseguir y lograr un buen entendimiento ante el público que se está dirigiendo, la comunicación potencia el vínculo entre los seres humanos hacia una meta u objetivo planteado por uno o varios de los agentes implicados en el proceso comunicativo. Siendo así esta investigación beneficiará a ciudadanos que quieran incursionar en el mundo de la política o quieran resaltar su identidad personal, a los sociólogos como otra arista de partida para investigar el comportamiento de los humanos con tal de aumentar su estatus, y finalmente a los sujetos políticos ya electos como guía y recordatorio de los objetivos anteriormente planteados.

### 1.5 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS
<b>Comunicación interpersonal</b>	Se llama comunicación interpersonal al intercambio de información que suele darse entre personas que comparten un espacio físico, es decir, que cohabitan y por ende se ven en la necesidad de emitir y recibir mensajes para normar u organizar la convivencia.	Habilidades sociales	<b>Habilidad oratoria</b>	¿Considera usted que los políticos se saben comunicar adecuadamente?
				¿Considera que la habilidad oratoria, influye en su capacidad para conectar con la audiencia?
		Comunicación persuasiva	<b>Poder de convencimiento</b>	¿Las habilidades de comunicación interpersonal son correctas e importantes para transmitir un mensaje?
				¿Es importante que la persona que se quiera posicionar tenga la capacidad de escuchar y entender las necesidades de la comunidad?
		Lenguaje no verbal	<b>Expresión corporal</b>	¿Crees que la manera en que los candidatos se expresan

				corporalmente es apropiada?
<b>Posicionamiento político</b>	Es aquel que se logra cuando el elector percibe en el candidato aquello que el candidato necesita para cumplir con sus objetivos. Le permite al candidato ser aquél que el elector elige.	Reputación	<b>Prestigio personal</b>	¿La manera en que los candidatos se comportan, además de sus logros generan una imagen positiva en términos de prestigio personal?
				¿Considera usted que para la persona que incursiona en la política debe ser ético tanto en su vida personal como profesional?
		Estrategia comunicacional	<b>Medios de comunicación</b>	¿Piensa que los medios de comunicación utilizados influyen en la percepción que tienen las personas hacia los candidatos?
				¿Cree que la saturación de propaganda política afecta las decisiones electorales?

		Identificación personal	<b>Uso de la imagen personal</b>	<b>¿Considera que el uso de la imagen personal de los candidatos ha causado una reacción notable en la comunidad?</b>
--	--	-------------------------	----------------------------------	---

## 2. CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Conocimiento actual

**2.1.1 La comunicación interpersonal:** Para que exista un correcto proceso comunicativo se debe tener en cuenta los varios factores que afectan a la comunicación como: malentendidos e información desviada hacia temas lejos de lo que realmente se busca promover mediante un discurso. Se dice que el ser humano por naturaleza busca relacionarse con otros humanos y establecer relaciones con otra persona, en caso no hacerlo iría en contra de los principios. Según (Zayas, 2011) su libro que:

La comunicación interpersonal presenta contactos directos entre los participantes que se interrelacionan, crean nuevas relaciones y enriquecen vínculos a través de su propio temple. En el proceso de la comunicación interpersonal las tienden a valorar, expresar, reflexionar, sus pensamientos, ideas, estados emocionales, experiencias y vivencias personales siguiendo el principio básico de querer comunicarse. (pág. 60)

El proceso que se lleva a cabo en la comunicación interpersonal es enriquecedor para promover ideas pensamientos y emociones, además se interpreta un sentimiento de semejanza en los demás, el mismo que desencadena otras emociones.

En base a lo antes expuesto, (González, 2008) define a la comunicación como:

Unas de las principales características de la comunicación interpersonal es el grado de formalidad o intimidad y este depende si estamos conversando con un conocido u otro caso en una entrevista de perfil de trabajo. Existe una gran cantidad de reacciones, no hay tanta necesidad de decodificar los mensajes debido a que es una comunicación simultánea, en donde los participantes alternan el papel de emisor y receptor. (pág. 2)

Lo que nos diga la otra persona dentro de la interacción estará dado en gran medida por como dialoguemos nosotros o hasta por nuestras acciones dentro de esa misma conversación, existen varios tipos de comunicación interpersonal que van desde un pequeño grupo de personas hasta un número mayor de oyentes, sin embargo, con este último hay saber hacia dónde va a estar enfocado el discurso al igual que el impacto que podemos llegar a generar a raíz de lo que

digamos, siempre se busca conseguir buenas impresiones tomando como expectativa de los objetivos planteados.

La comunicación interpersonal se distingue por la variación en su grado de formalidad o intimidad, esto depende en gran medida del contexto. Se destaca la naturalidad de los participantes y se lleva una interacción lineal.

En base a las conductas comunicativas, buscan el significado del lenguaje verbal y no verbal, (García, 1995) dentro de su investigación nos da una introducción sobre el tema que es comunicación y relaciones interpersonales, por ello expresa lo siguiente:

Son necesidades personales e impersonales al igual que contribuyen a mantener una relación interpersonal gratificante, hay que tomar en cuenta los vacíos que buscan llenar las personas mediante la comunicación interpersonal integrando las habilidades comunicativas dentro de la interacción (pág. 12).

La comunicación está dirigida hacia la satisfacción de las necesidades que no pueden cumplirse sin beneficio para otros individuos y juegan un papel importante entre sí, el coexistir es importante debido a que ambas partes se benefician de una u otra forma.

**2.1.2 Posicionamiento Político:** El posicionamiento político como principio busca situar la imagen o el nombre de una persona para que este sea percibido de cierta forma efectiva a los electores, (Jack, 2002) en base al concepto de “posicionamiento” nos dice que:

El posicionamiento parte desde la premisa que puede ser un producto, una mercancía, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona. Sin embargo, el posicionamiento no es lo que se hace con un producto, sino lo que hace con la mente del cliente y cómo podemos persuadirlo. Por ello es incorrecto hablar del concepto “posicionamiento de producto”, como si usted hiciera algo con el producto mismo. (pág. 11)

Como nos indica el posicionamiento es aquella estrategia que usan las personas para vender u ofrecer algún producto incluso los servicios de una ante una problemática, si nos enfocamos en lo que es la política cada persona debe de hacerse responsable de lo que actúa o lo

que vaya a decir de una propuesta, se debe tomar muy en cuenta el termino posicionamiento y darle un correcto uso.

En lo que respecta al posicionamiento político, busca fijar una audiencia a favor, alegando un espacio de admiración, (Mateos, 2006) mediante su investigación expresa lo siguiente:

El principal objetivo de toda campaña política electoral es posicionarse y por consiguiente ganar las elecciones. Este objetivo debe establecerse meticulosamente debido a que, en una campaña, el candidato presidencial, el jefe de campaña, los voceros y los candidatos al Congreso suelen olvidarse de la importancia del posicionamiento, perdiendo tiempo en actividades secundarias. La campaña política estará siempre regida por una estrategia o varias estrategias comunicacionales que buscan captar votos necesarios para poder así asegurar la victoria. (pág. 7)

El posicionamiento político dentro del público al que quiere dirigirse es de vital importancia, como pudimos observar sobre el objetivo principal de las campañas es ganar, hay que relacionar a las personas junto con sus necesidades identificando las relaciones interpersonales que se puedan llegar a observar al momento de las propuestas, alegando así una estrategia persuasiva.



## **2.2 Fundamentación Teórica y conceptual**

**2.2.1 Comunicación:** Es un proceso innato que tiene como principal función intercambiar información, ideas o sentimientos, (Rodríguez, 2001) alega que: “La comunicación es el medio lineal que permite situar las conductas individuales y establecer relaciones interpersonales funcionales que busquen la cooperación entre sí para lograr una meta.” (pág. 4). Siendo así la comunicación una herramienta que permite orientar las conductas, darles un nuevo sentido a las palabras y librar mejores relaciones.

**2.2.2 Comunicación interpersonal:** Tiene como base el pertinente intercambio de información cara a cara, buscando como resultado una retroalimentación o un acuerdo, para (Martínez, 2012) expresa lo siguiente:

Es percibida como un elemento importante para que funcionen las relaciones de cualquier tipo, además de la relación entre países, comunidades o cambios de actitud entre grupos para lograr así en gran medida o éxito completo de una campaña u objetivo propuesto. (pág. 44)

La buena comunicación se ha convertido en uno de los aspectos relevantes de los últimos tiempos, gracias a la comunicación interpersonal se puede llegar a acuerdos que beneficien a un grupo específico o a una sociedad entera. La toma correcta de decisiones se ha visto reflejada en un correcto funcionamiento de un estado entre sus representantes.

**2.2.3 Proceso de la comunicación interpersonal:** Toda acción tiene su respectivo proceso y pasos a seguir, en su investigación dentro del campo de la comunicación interpersonal (García, 1995) expresa lo siguiente:

Normalmente tiende a ser superficial y a medida que los individuos se ayudan mutuamente a satisfacer sus necesidades se hace cada vez más complejo en la al igual que ascienden las expectativas sobre la relación en función de que pasen más tiempo coexistiendo. (pág. 12)

Al inicio del proceso comunicativo siempre hay impedimentos que pueden dificultar la comunicación, la mejor solución es ir de lo superficial a lo complejo para un mejor entendimiento, mientras se cumplan las necesidades de ambas partes el dialogo fluirá.

**2.2.4 Oratoria:** Es la habilidad de cada persona al expresar ideas y demostraciones de manera clara, convincente y emocional, buscando dar un mensaje o transmitir una información (Villafuerte, 2012) infiere que: Al hablar se debe utilizar un lenguaje directo y afirmativo, en donde cada persona se exprese con firmeza y claridad, sin tener miedo a decir lo que piensa (pág. 16). La oratoria busca convencer al público mediante un mensaje, ese mensaje transmite ideas, conocimientos y sentimientos que serán receptados por la audiencia.

**2.2.5 Lenguaje no verbal:** Es la comunicación que no necesita uso de palabras habladas o escritas, además puede transmitir, profundizar más o incluso contradecir en el mensaje. Según (Cabana, 2008) expresa que:

Es manera de interacción discreta, espontánea, sincera y sin rodeos. Se pone en evidencia el lenguaje corporal. De esta manera, las acciones corporales con transparencia muestran nuestras verdaderas pulsiones, emociones y sentimientos. Varios de nuestros gestos influyen en una forma de declaración sigilosa que da a conocer nuestras verdaderas intenciones a través de nuestras actitudes (pág. 6).

Se destaca la idea de que los gestos son una declaración silenciosa que subcomunica lo que realmente queremos decir a través de nuestras actitudes. La comunicación no verbal abarca una amplia gama de gestos, expresiones faciales, además de posturas corporales que buscan transmitir una idea.

**2.2.6 Posicionamiento:** Es la estrategia utilizada para que las demás personas te perciban, para (Kotler, 2000) dice que: El posicionamiento tiene por atribución diseñar una oferta e imagen destinada a ocupar un lugar destacado en la mente del público objetivo. (pág. 337). Si sabe persuadir a las personas y condicionarlas hacia un mismo objetivo se logrará inconscientemente hacerse de un espacio en la mente público objetivo, un claro ejemplo son los candidatos a la política, para ellos es indispensable crear relaciones con temas en base a intereses público y que cubran las necesidades de las personas.

**2.2.7 Posicionamiento estratégico:** Es el proceso previo a una segmentación del público objetivo, buscando una diferenciación de las demás personas. (Carpio, 2006) en su estudio infiere que:

El posicionamiento estratégico se logra cuando el elector percibe en el candidato aquello elemental para cumplir con sus objetivos. El posicionamiento estratégico le permite al candidato ser aquél que el elector elige. (pág. 19)

Como se evidencia el posicionamiento juega un papel fundamental dentro del ámbito político ya que, gracias a él se puede conseguir buenos resultados electorales, por ende, debe de trabajarse desde el inicio e impulsar estrategias que desarrollen las relaciones interpersonales de los actores del proceso comunicativo.

**2.2.8 Redes sociales:** Se define como personas u organizaciones conectadas a través de internet, esta plataforma permite interactuar con otros usuarios y compartir información (Celaya, 2008) en su investigación infiere que:

Las redes sociales son lugares de internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información ya sea personal o profesional, con personas que conocen o que no con el fin de subcomunicar un mensaje y lograr su acomedido.

Es un entorno visual que facilita la comunicación por ambas partes, busca conectar mundo, facilitaren todo lo posible la eficacia de un mensaje en un entorno bidireccional.

**2.2.9 Política:** Se define como las actividades de las personas que gobiernan un país o sector y estos trascienden en la sociedad mediante la toma de decisiones, busca el cómo resolver conflictos y un constante progreso para una comunidad. (Fragoso, 2006) expresó que: La política son acciones humanas que infieren al accionar del estado, por eso se suele señalar como doctrina que se imparte o ciencia del Estado. (pág. 3)

Es un proceso que está condicionado por la toma de decisiones de los candidatos electos, busca solucionar los problemas del medio y un bienestar continuo a la comunidad mediante la gestión del estado.

**2.2.10 Estrategia en una campaña electoral:** Es un plan detallado y coordinado con acciones específicas que un candidato y su equipo de trabajo trazan como objetivo a cumplir y es realizado en medida del accionar. (Mateos, 2006) en su investigación alega que:

La estrategia es el camino previsto a seguir para alcanzar el objetivo político trazado. Nos permite definir cómo vamos a persuadir a los electores para contar con su voto. A través

de la estrategia se evalúa el terreno político, las circunstancias o la tendencia que puede darse en que se va a dar la campaña, la imagen personal del candidato y de los posibles opositores, los objetivos, el mensaje, la comunicación, las posibles alianzas, los competidores a vencer y los competidores a contrarrestar (pág. 15).

La estrategia se presenta como el camino o plan a seguir para alcanzar un objetivo específico, teniendo en cuenta factores como el entorno político y las circunstancias, busca la excelencia mediante un plan detallado a seguir.

**2.2.11 Opinión pública:** Es la percepción que una persona tiene en base de algo o alguien, (Blumer, 1946) en base a su investigación indicó que: Bajo ciertas condiciones de emoción neuronal mediada por alguna premisa, las personas objetivas podrían transformarse en multitud, generando un “sentimiento público”, y no una opinión pública, alegando así un acercamiento psicológico (pág. 10). Siendo así la opinión pública llevada a una denominación más conocida como “masa” finiquitando de esta forma a la opinión pública como una masa racional manipulable.

**2.2.12 Prestigio personal:** Es la reputación o reconocimiento que gana una persona a medida que pasa el tiempo y esta es medida por sus acciones que pueden ser buenas o malas, según (Lima, 2010) en su trabajo de investigación dice que: El prestigio se mide en base al uso de la bondad de las ocupaciones por lo que la población busca su constante aprobación. (pág. 4) Se valida como prestigio personal la presencia de la persona y cómo influye su notoriedad dentro de la sociedad, esto implica ser positivo de muchas formas.

**2.2.13 Ética:** Busca entender los principios del comportamiento humano, condiciona lo bueno y malo de acorde a como sea visto por la sociedad, para (Mendieta, 2006) en su investigación afirma que: Es un patrón universal que alega la moral racional de una persona, esta ética influye en individuos en cuanto son miembros de la sociedad debido a las cuestionables premisas de lo bueno y lo malo (pág. 4). La ética es fundamental para poder coexistir entre todos, busca la forma razonable de actuar suponiendo hacer lo correcto incluso cuando no tienes ojos alrededor.

## 2.3 Marco Legal

### Constitución De La República Del Ecuador 2008

#### Las Normas Éticas De Comportamiento Gubernamental

##### SECCIÓN V. Transparencia

###### **Artículo. 12.- Revelación de agendas públicas.**

La Presidencia y Vicepresidencia de la República, así como los ministros de Estado, Gerentes y/o directores de Empresas Públicas y las Agencias de Regulación y Control, informarán a través de comunicados por medio de mecanismos oficiales electrónicos, diariamente, la agenda de las actividades públicas efectuadas. Esta labor estará a cargo de la Secretaría Nacional de Comunicación.

###### **Artículo. 15.- Restricción a cláusulas secretas o reservadas.**

Las entidades que forman parte de la Administración Pública Central, institucional o dependiente de la Función Ejecutiva no podrán celebrar contratos administrativos o de otra naturaleza que contengan cláusulas secretas o reservadas, salvo los casos previstos en la legislación aplicable.

###### **Artículo. 16.- Promoción de buenas prácticas corporativas.**

Las entidades que forman parte de la Administración Pública Central, institucional o dependiente de la Función Ejecutiva promoverán la contratación, en el marco de la ley, de:

- a) Empresas que hayan adoptado códigos de buenas prácticas corporativas, incluyendo compromisos contra la corrupción, protección del medio ambiente, seguridad laboral y no discriminación;
- b) Empresas extranjeras que hayan adoptado códigos de buenas prácticas corporativas y que tengan sus domicilios o su principal establecimiento de hacer negocios en países donde su legislación sancione a los ejecutivos de dichas empresas por prácticas de corrupción incurridas en el exterior.
- c) No se contratará con personas naturales o jurídicas que tengan pendientes glosas firmes por parte de la Contraloría General del Estado.

## **VI - Igualdad de oportunidades y buen trato**

### **Artículo. 22.- No discriminación**

Las entidades y órganos de la Función Ejecutiva no discriminarán en sus cargos o en la prestación de los servicios a ningún ecuatoriano o extranjero por razones de raza, etnia, género, estado civil, nacionalidad, edad, filiación política, religión u orientación sexual y otros criterios similares de conformidad con la Constitución y la ley.

### **Artículo. 23.- Buen trato y amabilidad.**

Los servidores públicos de las entidades que forman parte de la Administración Pública Central, institucional o dependiente de la Función Ejecutiva darán un trato gentil, amable y educado a las personas que requieran sus servicios de conformidad con los principios establecidos en la Constitución, Código Orgánico Administrativo, Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos y demás normativa aplicable.

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Tipos de investigación

**3.1.1 Básica descriptiva:** Es un tipo de estudio que busca describir las causas de fenómenos de manera analítica según (Martinez, 2018) en su investigación dice que:

Es el modo usado en ciencia para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar dentro de una investigación. Por otro lado, el método analítico no describe por qué ocurre un fenómeno, sino que se abstiene únicamente a observar lo que ocurre sin buscar una explicación (pág. 4).

Es un tipo de investigación que se utiliza para estudiar a fenómenos o sujetos de forma cualitativa mediante la observación.

#### 3.2 Enfoque de investigación

**3.2.1 Enfoque Mixto:** La investigación con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), busca combinar ambos elementos dentro de un estudio. Este enfoque aprovecha las fortalezas de ambos métodos para brindar una comprensión más completa y enriquecedora del fenómeno de estudio. Para los investigadores (Hernández F. y., 2003) mencionan en su estudio que:

Figuran como el más alto grado de composición tanto en el enfoque cualitativo como cuantitativo. Al combinar ambos enfoques se agrega una complejidad enriquecedora al diseño de estudio (pág. 4).

Al integrar datos cualitativos y cuantitativos permite abordar la investigación de manera más profunda y captar el problema en su contexto, al ser así tiende a ser una investigación más fructífera.

**3.2.2 Diseño no experimental:** El diseño no experimental es un enfoque caracterizado por tener presente la ausencia de manipulación de las variables dentro de la investigación, para (Escamilla, 2018) en su investigación expresa que:

Se fundamenta en variables, eventos o comunidades ambientales que ya ocurrieron, se basa en observar la relación de las variables de acorde al contexto (pág. 8)

El investigador no manipula activamente las variables o eventos en estudio, sino que

observa y analiza aquellos que han ocurrido de manera natural en un entorno específico, después parte a la deducción.

### **3.3 Métodos de investigación**

**3.3.1 Método inductivo:** Es caracterizado por partir de observaciones específicas a casos más generales teniendo en cuenta la observación del estudio y aprendiendo de él, según (Mora, 2006) en su investigación infiere que:

Es un proceso utilizado para sacar conclusiones generales partiendo de hechos simples, además de ser el método más usado. El inductivismo parte de lo particular a lo general, abarcando una totalidad de la variable, se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder así llegar a una conclusión (pág. 1).

Hay que tomar en cuenta que para este método se toman todos los aspectos posibles para así poder sacar conclusiones determinadas o particulares sobre el objeto de estudio.

### **3.4 Alcance de la investigación**

La elección de centrará la investigación en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena con respecto a los agentes políticos, esto responde a la importancia de comprender las dinámicas específicas de esta comunidad en particular. Al limitar el alcance geográfico a un entorno específico, se busca capturar de manera más precisa y detallada la realidad local, resaltando los factores socioculturales.

La decisión de trabajar con una población y muestra de 20 personas de un total de se basa en principios de la estadística y la investigación científica al ser la investigación direccionada a las personas con más posibilidades de posicionarse políticamente, se valida de mejor manera para la totalidad de la investigación. La utilización de la escala de Likert para la recopilación de datos agrega una dimensión cuantitativa valiosa, permitiendo la medición y análisis de actitudes, opiniones o percepciones de manera sistemática y estructurada.

El enfoque de muestreo intencional por conveniencia garantiza direccionar aún más la investigación, al escoger directamente las personas involucradas dentro de la misma, lo que aumenta la representatividad de la muestra y la validez de los datos. Las entrevistas permiten la exploración de nuevas opiniones y perspectivas individuales. Este enfoque mixto en la recopilación de datos contribuye a una comprensión más completa al estudio.



### **3.5 Técnicas e instrumentos**

**3.5.1 Entrevista:** Es un método que busca la recolección de datos, este consiste en preguntar a una o varias personas su opinión sobre un tema en específico, (Folgueiras, 2016) en su investigación expresa lo siguiente:

La entrevista es una técnica para recabar información en base a acontecimientos, experiencias y opiniones, es considerada una de las estrategias más usadas debido a la validez de la información expuesta por una fuente primaria (pág. 2).

Tienden a tener resultados más fiables debido a que se obtiene información de primera mano, además de ser un tipo de información más procesable debido a la racionalidad de por medio.

**3.5.2 Encuesta:** Es una técnica que involucra una recopilación de información a través de preguntas estructuradas, para (García, 1993) en su investigación expresa que:

La encuesta es una investigación realizada a un público objetivo más amplio, este lleva a cabo en la vida cotidiana, utilizando procedimientos de interrogación, con el fin de obtener resultados medibles de una gran diversidad de características objetivas y subjetivas del público. (pág. 2)

Es aquella técnica que nos ayuda a visualizar de manera más específica los resultados dentro de la sociedad referentes a la investigación, busca respuestas en forma de preguntas aplicadas a la colectividad.

### **3.6 Instrumento**

**3.6.1 Cuestionario con escala Likert:** Es un método de investigación que utiliza una escala de calificación para conocer el nivel de acuerdo y desacuerdo con la declaración de las personas sobre un tema. Los ítems expuestos son 1) Totalmente de acuerdo, 2) De acuerdo, 3) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4) En desacuerdo, 5) Totalmente en desacuerdo. Según (Sampieri, 1997) expresa lo siguiente: El cuestionario consiste en un conjunto de afirmaciones o juicios de los que se expresa una la reacción de los sujetos a los que se investiga (pág. 148). Por este instrumento es posible medir la conformidad o inconformidad de una persona o un grupo de personas en base a preguntas que el investigador plantea resolver.

**3.6.2 Guía de preguntas:** Es un documento donde se encuentran las preguntas que se van a utilizar durante la investigación o entrevista de un tema específico. La guía orienta al entrevistador para que durante la entrevista se topen todos los temas de preferencia y relevantes, según (Sampieri, 1997) en su investigación expresa que: Son personas que buscan dialogar, compartir ideas y expresar opiniones, que aporten a la investigación (pág. 403). Una de las principales características de la guía de preguntas es que para su elaboración se debe hacer un pequeño estudio donde se recolete información para su ejecución.

### **3.7 Población y muestra**

**3.7.1 Población:** Es el conjunto de personas, elementos o individuos totales a investigar que comparten una característica común, según los investigadores (Pineda y De Alvarado, 1994) en su estudio nos dice que:

En este caso la población a estudiar sería determinada Es el conjunto de individuos que se desea profundizar dentro de la investigación. "El universo o población está constituido por personas, animales, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros factores" (pág. 115).

Es un conjunto que abarca individuos o temas que son objetos de interés y que se pretenden estudiar dentro de una investigación.

La población total es de 2.104.254 habitantes del cantón La Libertad, de los cuales 1.043.572 son hombres y 1.060.682 son mujeres, sin embargo, para esta investigación nos enfocamos en personas estratégicas que serán representación de nuestra población y muestra, para ellos nuestra población estará presidida por los líderes y agentes políticos del cantón La Libertad, siendo así estaría conformado por: 4 líderes juveniles, 6 presidentes barriales, 2 activistas sociales y 8 militantes de un partido social tanto de RC5 como de la lista 61 haciendo un total de 20 personas que su opinión será fundamental para lograr la ejemplificación total buscada.

**3.7.2 Muestra:** Es un subconjunto de la población total que se selecciona para ser estudiado, (ESPINOZA, 2016) en su investigación nos dice que:

Cuando debido a ciertos factores no es posible realizar un censo, se trabaja con una muestra, o sea una parte representativa de la población. Se selecciona de la población de

estudio. Esta muestra debe de reflejar las semejanzas y diferencias encontradas en la población.

La muestra es una pequeña parte de la población total a investigar, tiene ser bien seleccionada para poder así no perder el enfoque de la investigación.

Al ser la población reducida por conveniencia, la misma población contará como muestra de estudio, en este caso la muestra sería los líderes y agentes políticos del cantón La Libertad, siendo así estaría conformado por: 4 líderes juveniles, 6 presidentes barriales, 2 activistas sociales y 8 militantes de un partido social tanto de RC5 como de la lista 61 haciendo un total de 20 personas que su opinión será fundamental para lograr la ejemplificación total buscada haciendo de la población y la muestra un todo.

## **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1 Procesamiento de la información**

Después de recopilar la información de la encuesta a los 20 sujetos políticos del cantón La Libertad que fue llevada a cabo de forma virtual mediante Google Forms, el siguiente paso consistió en transferir los datos a una hoja de Excel con el propósito de organizarlos y facilitar su interpretación, posteriormente crear los gráficos para tener un mejor entendimiento en relación con los resultados obtenidos, después se interpretaron los datos.

Respecto a los resultados obtenidos de la entrevista, se facilitó un link de zoom mediante la plataforma de WhatsApp para que puedan ingresar a una sala virtual y poder así lograr una mejor retroalimentación. Fueron tres las personas entrevistadas y tenían que responder cuatro interrogantes claves para el desenvolvimiento de la investigación. El análisis consta de nombres completos de los entrevistados y cargo que desenvuelven dentro de la política. Para el análisis se busca de forma general lo expresado por el entrevistado y se incluye una observación de un autor que respalde la idea.

### **4.2 Análisis e interpretación de resultados**

#### ***4.2.1 Análisis cuantitativo: encuesta***

A continuación, se muestran los resultados de la recolección de datos de la encuesta de los agentes políticos del cantón La Libertad siendo estos 20 entre ellos: cuatro líderes juveniles, seis presidentes barriales, dos activistas sociales y ocho militantes diferentes partidos políticos entre ellos RC5, ADN, mediante la escala de Likert, los mismos que se analizarán.

**Tabla 1.**

**Considera que los políticos se saben comunicar adecuadamente.**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	45%
De acuerdo	3	15%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	6	30%
En desacuerdo	1	5%
Totalmente en desacuerdo	1	5%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

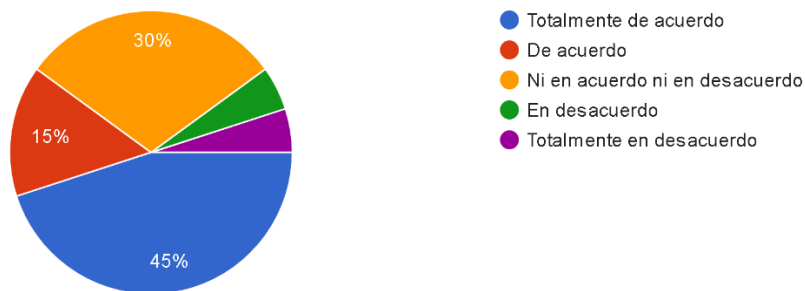
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 1.**

**Considera que los políticos se saben comunicar adecuadamente.**

¿Considera usted que los políticos se saben comunicar adecuadamente?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (3) equivalente a 15%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (6) 30%; En desacuerdo (1) 5%; totalmente en desacuerdo (1) 5%. En relación con que los políticos se saben comunicar adecuadamente.

**Tabla 2.**

**Considera que la habilidad oratoria influye en su capacidad para conectar con la audiencia.**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	60%
De acuerdo	8	40%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

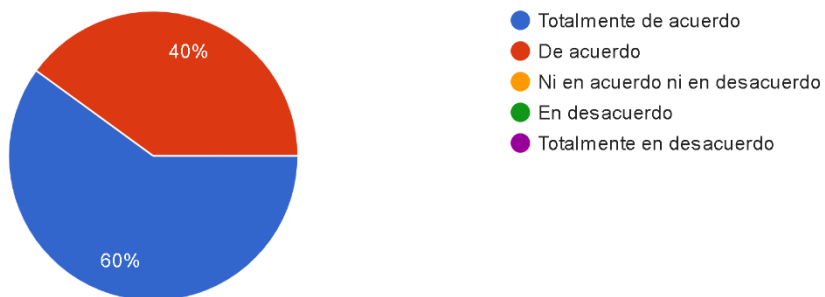
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 2.**

**Considera que la habilidad oratoria influye en su capacidad para conectar con la audiencia.**

¿Considera que la habilidad oratoria influye en su capacidad para conectar con la audiencia?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (3) equivalente a 15%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (6) 30%; En desacuerdo (1) 5%; totalmente en desacuerdo (1) 5%. En base a que la habilidad oratoria influye en su capacidad para conectar con la audiencia.

**Tabla 3.**

***Las habilidades de comunicación interpersonal son correctas e importantes para transmitir un mensaje.***

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	60%
De acuerdo	8	40%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

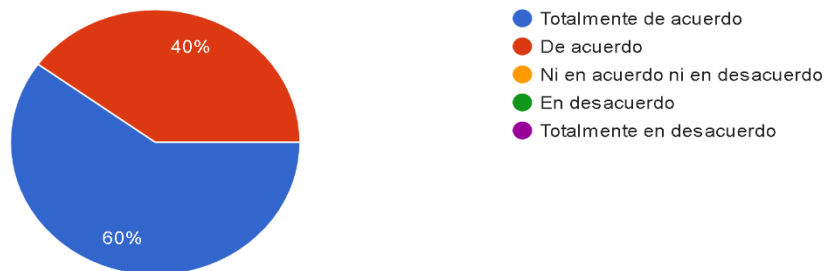
**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 3.**

***Las habilidades de comunicación interpersonal son correctas e importantes para transmitir un mensaje.***

¿Las habilidades de comunicación interpersonal son correctas e importantes para transmitir un mensaje?  
20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (12) que corresponde al 60%; De acuerdo (8) equivalente a 40%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (0) 0%; En desacuerdo (0) 0%; totalmente en desacuerdo (0) 0%. En base a que habilidades de comunicación interpersonal son correctas e importantes para transmitir un mensaje.

**Tabla 4.**

*Es importante que la persona que se quiera posicionar tenga la capacidad de escuchar y entender las necesidades de la comunidad.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	50%
De acuerdo	9	45%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

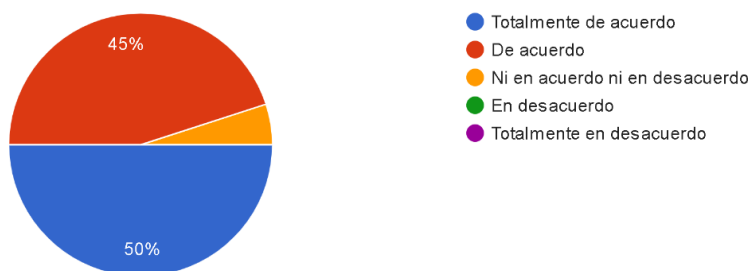
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 4.**

*Es importante que la persona que se quiera posicionar tenga la capacidad de escuchar y entender las necesidades de la comunidad.*

¿Es importante que la persona que se quiera posicionar tenga la capacidad de escuchar y entender las necesidades de la comunidad?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (3) equivalente a 15%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (6) 30%; En desacuerdo (1) 5%; totalmente en desacuerdo (1) 5%. Con fundamento en tener la capacidad de escuchar y entender las necesidades de la comunidad para poder posicionarse.



**Tabla 5.**

***Crees que la manera en que los candidatos se expresan corporalmente es apropiada.***

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	35%
De acuerdo	5	25%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	6	30%
En desacuerdo	2	10%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

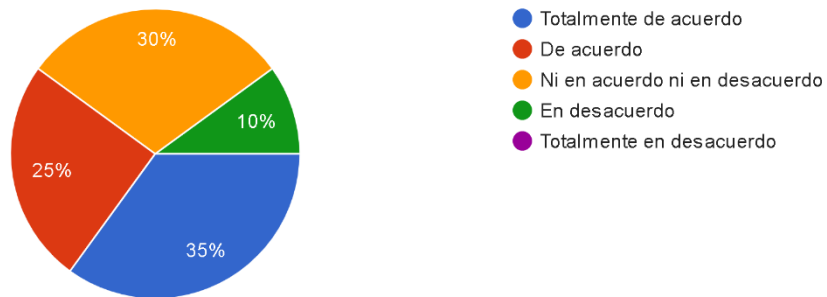
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 5.**

***Crees que la manera en que los candidatos se expresan corporalmente es apropiada.***

¿Crees que la manera en que los candidatos se expresan corporalmente es apropiada?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (3) equivalente a 15%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (6) 30%; En desacuerdo (1) 5%; totalmente en desacuerdo (1) 5%. Con relación a si es apropiada la manera en que los candidatos se expresan corporalmente.

**Tabla 6.**

***La manera en que los candidatos se comportan, además de sus logros generan una imagen positiva en términos de prestigio personal.***

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	60%
De acuerdo	7	35%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

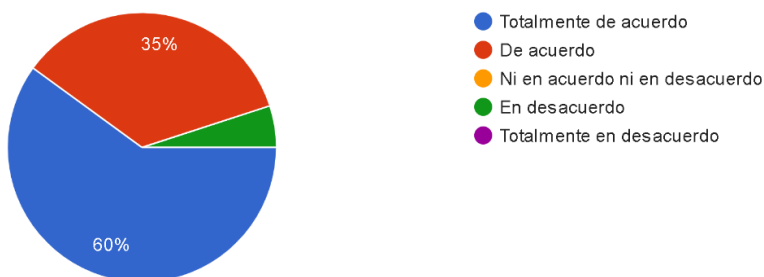
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 6.**

***La manera en que los candidatos se comportan, además de sus logros generan una imagen positiva en términos de prestigio personal.***

¿La manera en que los candidatos se comportan, además de sus logros generan una imagen positiva en términos de prestigio personal?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (3) equivalente a 15%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (6) 30%; En desacuerdo (1) 5%; totalmente en desacuerdo (1) 5%. En base a La manera en que los candidatos se comportan, además de sus logros generan una imagen positiva en términos de prestigio personal.

**Tabla 7.**

**Considera usted que para la persona que incursiona en la política debe ser ético tanto en su vida personal como profesional.**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	45%
De acuerdo	10	50%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

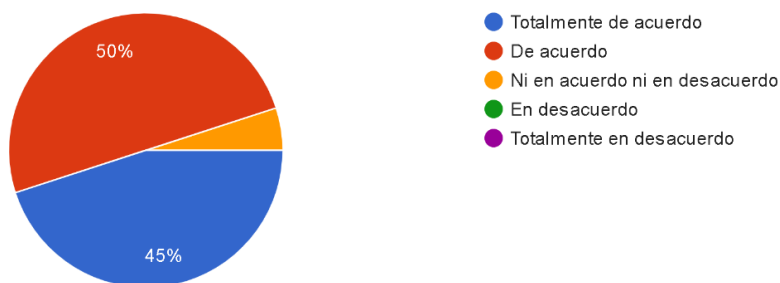
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 7.**

**Considera usted que para la persona que incursiona en la política debe ser ético tanto en su vida personal como profesional**

¿Considera usted que para la persona que incursiona en la política debe ser ético tanto en su vida personal como profesional?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (10) equivalente a 50%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (1) 5%; En desacuerdo (0) 0%; totalmente en desacuerdo (0) 0%. Con respecto a que para la persona que incursiona en la política debe ser ético tanto en su vida personal como profesional.

**Tabla 8.**

***Piensa que los medios de comunicación utilizados influyen en la percepción que tienen las personas hacia los candidatos.***

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	11	55%
De acuerdo	8	40%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

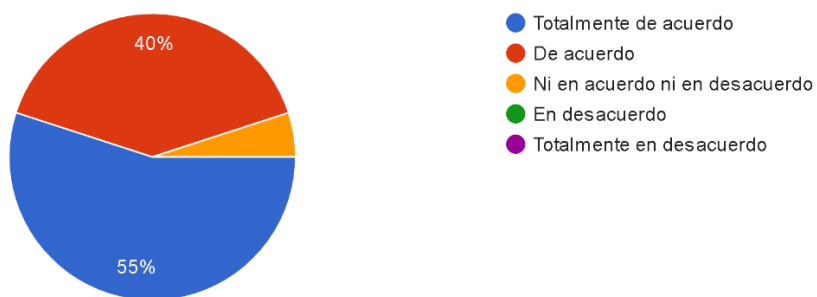
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 8.**

***Piensa que los medios de comunicación utilizados influyen en la percepción que tienen las personas hacia los candidatos.***

¿Piensa que los medios de comunicación utilizados influyen en la percepción que tienen las personas hacia los candidatos?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (11) que corresponde al 55%; De acuerdo (8) equivalente a 40%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (1) 5%; En desacuerdo (0) 0%; totalmente en desacuerdo (0) 0%. Con fundamento en si piensa que los medios de comunicación utilizados influyen en la percepción que tienen las personas hacia los candidatos.

**Tabla 9.**

*Cree que la saturación de propaganda política afecta las decisiones electorales.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	45%
De acuerdo	8	40%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	2	10%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

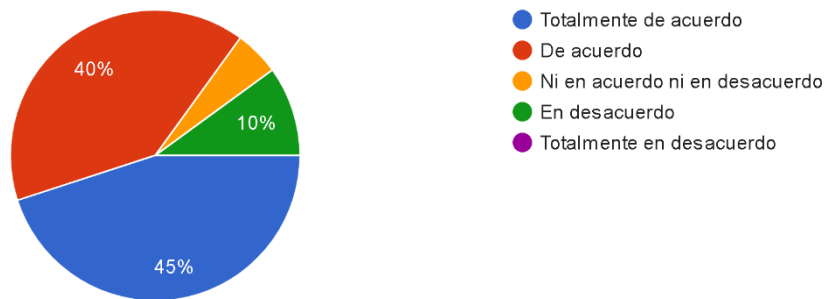
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

**Figura 9.**

*Cree que la saturación de propaganda política afecta las decisiones electorales*

¿Cree que la saturación de propaganda política afecta las decisiones electorales?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (8) equivalente a 40%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (1) 5%; En desacuerdo (2) 10%; totalmente en desacuerdo (0) 0%. Con respecto a que la saturación de propaganda política afecta las decisiones electorales.

**Tabla 10.**

*Considera que el uso de la imagen personal de los candidatos ha causado una reacción notable en la comunidad.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	8	40%
De acuerdo	8	40%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3	15%
En desacuerdo	1	5%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuesta a políticos del cantón La Libertad

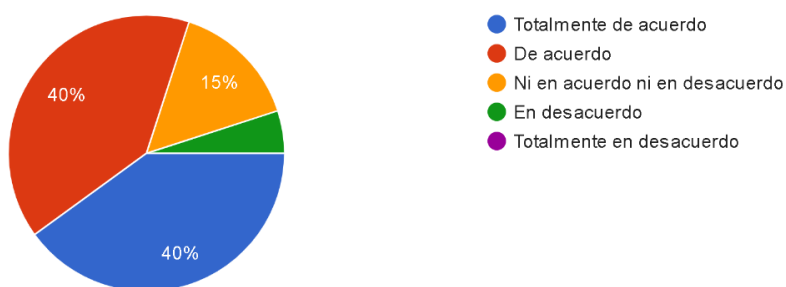
**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo

### Figura 10.

*Considera que el uso de la imagen personal de los candidatos ha causado una reacción notable en la comunidad.*

¿Considera que el uso de la imagen personal de los candidatos ha causado una reacción notable en la comunidad?

20 respuestas



**Fuente:** tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ricardo Ismael Solorzano Murillo, noviembre 2023

### Análisis e interpretación

Respecto a la primera pregunta, los agentes políticos del cantón La Libertad respondieron lo siguiente: Totalmente de acuerdo (9) que corresponde al 45%; De acuerdo (3) equivalente a 15%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (6) 30%; En desacuerdo (1) 5%; totalmente en desacuerdo (1) 5%. En base a que si considera que el uso de la imagen personal de los candidatos ha causado una reacción notable en la comunidad.

#### 4.2.2 Análisis cualitativo: entrevista

Los datos obtenidos con la entrevista a personas con experiencia dentro de la política, ya posicionados, permiten contrastar la opinión que se tenía con respecto al primer instrumento, estos fueron los resultados.

Tabla () Análisis de los resultados de preguntas estructuradas

<p><b>Entrevistador:</b> Ricardo Ismael Solorzano Murillo</p> <p><b>Entrevistados:</b> Jimmy Lino capacitador de lideres juveniles de la RC5 Gerzon Alfredo Cochea, Lic. Especialista en posicionamiento de políticos Patricio Cisneros Granizo, Ing. Asambleísta de la República del Ecuador</p>		
Preguntas	Análisis	Observación
¿Qué tan importante es la comunicación interpersonal en la política?	Es esencial, debido a que el mensaje que se traslada hacia la otra persona o grupos de personas se puede establecer una conexión directa, tiene un valor agregado en la comunicación, además de construir cierto grado de confianza	(Martínez, 2012) Es percibida como un elemento importante para que funcionen las relaciones de cualquier tipo, además de la relación entre países, comunidades o cambios de actitud entre grupos para lograr así en gran medida o éxito completo de una campaña u objetivo propuesto.
¿Cree que es importante que una persona que busque posicionarse en la política tenga la capacidad de escuchar y entender las	Es fundamental, no se puede iniciar un camino político sin saber primero las necesidades de la comunidad, es pertinente escuchar, entender y siempre estar conectado con	(Zayas, 2011) La comunicación interpersonal presenta contactos directos entre los participantes que se interrelacionan, crean nuevas relaciones y enriquecen vínculos a través

<p>necesidades de la comunidad?</p>	<p>la colectividad, es la única forma de conocer las aspiraciones de un sector.</p>	<p>de su propio temple. En el proceso de la comunicación interpersonal las tienden a valorar, expresar, reflexionar, sus pensamientos, ideas, estados emocionales, experiencias y vivencias personales siguiendo el principio básico de querer comunicarse.</p>
<p>¿Considera usted que es esencial que una persona que incursione en la política sea ético tanto en su vida persona como profesional?</p>	<p>No se puede tener un accionar público diferente al accionar privado, uno debe seguir la misma doctrina que promulga, el político está en la retina de las personas, de los jóvenes y es visto como un modelo a seguir.</p>	<p>(Mendieta, 2006) Es un patrón universal que alega la moral racional de una persona, esta ética influye en individuos en cuanto son miembros de la sociedad debido a las cuestionables premisas de lo bueno y lo malo.</p>
<p>¿Cree que los medios de comunicación utilizados por los candidatos influyen en la percepción que tienen las personas hacia ellos?</p>	<p>Los medios digitales influyen tanto en la percepción como el posicionamiento, debido a que te proyecta hacia los demás, sin los medios las personas no podrían conocer tu accionar.</p>	<p>(Celaya, 2008) Las redes sociales son lugares de internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información ya sea personal o profesional, con personas que conocen o que no con el fin de</p>



		subcomunicar un mensaje y lograr su acomedido.
--	--	---

## 5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 5.1 Discusión de la encuesta:

Después de obtener resultados de la investigación mediante la aplicación de la encuesta realizada en Google Forms a los sujetos políticos, se determina de forma favorable con respecto al uso de la comunicación interpersonal en la política, esta permite posicionarse y crear nuevos lazos con la comunidad, por lo tanto, su uso es indispensable.

A continuación, se detalla la validez de los resultados de los instrumentos y técnicas utilizados dentro de la investigación, estos dieron paso a una mejor objetividad y fundamentan la relación entre los objetivos planteados.

En relación con la pregunta 1. ¿Considera usted que los políticos se saben comunicar adecuadamente? Se obtuvieron los siguientes resultados: 45% Totalmente de acuerdo y 5% en desacuerdo. Datos que se relacionan con el criterio de (Hernández y Rosa, 2018). La comunicación interpersonal es un aspecto fundamental de la condición humana y una característica que nos define como tales.

En relación con la pregunta 2. ¿Considera que la habilidad oratoria influye en su capacidad para conectar con la audiencia? Se obtuvieron los siguientes resultados; 60% Totalmente de acuerdo y 40% de acuerdo. En base a los datos se sostiene la idea de (Villafuerte, 2012) se utiliza un lenguaje directo y afirmativo, en donde cada persona se exprese con firmeza y claridad, sin tener miedo a decir lo que piensa.

En relación con la pregunta 3. ¿Las habilidades de comunicación interpersonal son correctas e importantes para transmitir un mensaje? Se obtuvieron los siguientes resultados: 60% totalmente de acuerdo y 40% de acuerdo. Estos datos concuerdan con la ideología de (Hernández y Rosa, 2018) las personas que poseen habilidades interpersonales tienden a estar más satisfechas con sus relaciones cercanas.

En relación con la pregunta 4. ¿Es importante que la persona que se quiera posicionar tenga la capacidad de escuchar y entender las necesidades de la comunidad? Se obtuvieron los siguientes resultados: 50% totalmente de acuerdo y 5% ni en acuerdo ni en desacuerdo. Los datos tienen similitud con lo que dice (Kotler, 2000) es el acto de diseñar oferta e imagen, persuadir a las personas y condicionarlas hacia un mismo objetivo se logrará inconscientemente hacerse de un espacio en la mente del oyente.

En relación con la pregunta 5. ¿Crees que la manera en que los candidatos se expresan corporalmente es apropiada? Se obtuvieron los siguientes resultados: 35% totalmente de acuerdo y 10% en desacuerdo. Estos datos se relacionan al criterio de (Cabana, 2008) varios de nuestros gestos son una forma de declaración silenciosa que dan a conocer nuestras verdaderas intenciones a través de nuestras actitudes.

En relación con la pregunta 6. ¿La manera en que los candidatos se comportan, además de sus logros generan una imagen positiva en términos de prestigio personal? Se obtuvieron los siguientes resultados: 60% totalmente de acuerdo y 5% en desacuerdo. Tiene relación con el criterio de (Lima, 2010) las escalas de prestigio miden la bondad general de las ocupaciones y, por tanto, la población busca su aprobación.

En relación con la pregunta 7. ¿Considera usted que para la persona que incursiona en la política debe ser ético tanto en su vida personal como profesional? Se obtuvieron los siguientes resultados: 50% de acuerdo y 5% ni en acuerdo ni en desacuerdo. Esta premisa concuerda con el criterio de (Mendieta, 2006), Es un patrón moral básico de carácter universal y generalizable dado lo racional de sus fines, esta ética afecta a los individuos en cuanto son miembros de la sociedad.

En relación con la pregunta 8. ¿Piensa que los medios de comunicación utilizados influyen en la percepción que tienen las personas hacia los candidatos? Se obtuvieron los siguientes resultados: 55% totalmente de acuerdo y 5% ni en acuerdo ni en desacuerdo. Afirma la idea de (Celaya, 2008) es lugar de internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información personal y profesional, con personas que conocen o que no con el fin de comunicar un mensaje.

En relación con la pregunta 9. ¿Cree que la saturación de propaganda política afecta las decisiones electorales? Se obtuvieron los siguientes resultados: 45% totalmente de acuerdo y 10% en desacuerdo. Concuerda con el criterio de (Carpio, 2006) El posicionamiento estratégico le permite al candidato ser aquél que el elector elige.

En relación con la pregunta 10. ¿Considera que el uso de la imagen personal de los candidatos ha causado una reacción notable en la comunidad? Se obtuvieron los siguientes resultados: 40% de

acuerdo y 5% en desacuerdo. Concuera con lo expuesto por (Lima, 2010) las escalas de prestigio miden la bondad general de las ocupaciones y, por tanto, la población busca su aprobación.

## **5.2 Discusión de la entrevista:**

De igual forma, las cuatro preguntas planteadas a los especialistas en política mediante la entrevista. Pregunta 1 ¿Qué tan importante es la comunicación interpersonal en la política? Es esencial, debido a que el mensaje que se traslada hacia la otra persona o grupos de personas se puede establecer una conexión directa, tiene un valor agregado en la comunicación, además de construir cierto grado de confianza. Concuera el resultado con el criterio de (Martínez, 2012) es aquella que se concibe como un elemento importante para que funcionen las relaciones interpersonales, y para muchas otras cosas, como la relación entre países o cambio de actitud entre grupos o bien para el éxito de una campaña de propaganda, etc.

Pregunta 2. ¿Cree que es importante que una persona que busque posicionarse en la política tenga la capacidad de escuchar y entender las necesidades de la comunidad? Es fundamental, no se puede iniciar un camino político sin saber primero las necesidades de la comunidad, es pertinente escuchar, entender y siempre estar conectado con la colectividad, es la única forma de conocer las aspiraciones de un sector. El resultado obtenido afirma lo expuesto por (Zayas, 2011) La comunicación interpersonal expone a las personas a contactos directos entre los ejecutantes (ejecutores) que se interrelacionan, enriquecen y crean nuevas relaciones y vínculos a través de su propia personalidad.

Pregunta 3. ¿Considera usted que es esencial que una persona que incursione en la política sea ético tanto en su vida persona como profesional? No se puede tener un accionar público diferente al accionar privado, uno debe seguir la misma doctrina que promulga, el político está en la retina de las personas, de los jóvenes y es visto como un modelo a seguir. El criterio de (Mendieta, 2006) va de la mano con los datos obtenidos, es un patrón moral básico de carácter universal y generalizable dado lo racional de sus fines, esta ética afecta a los individuos en cuanto son miembros de la sociedad.

Pregunta 4. ¿Cree que los medios de comunicación utilizados por los candidatos influyen en la percepción que tienen las personas hacia ellos? Los medios digitales influyen tanto en la percepción como el posicionamiento, debido a que te proyecta hacia los demás, sin los medios las personas no podrían conocer tu accionar. Es válido el fundamento de (Celaya, 2008) con

respecto a los datos obtenidos, son espacios donde las personas publican y comparten todo tipo de información personal y profesional, con personas que conocen o que no con el fin de comunicar un mensaje.

Una vez analizado los resultados que se obtuvieron en cuanto a la comunicación interpersonal como herramienta del posicionamiento político en el cantón La Libertad se puede determinar que tanto la hipótesis como las preguntas de investigación se respondieron. Además, se alega que la comunicación interpersonal es esencial tanto para comunicar como para posicionarse.

## Conclusiones

- El proyecto de investigación concluye en que el uso de la comunicación interpersonal es un puente de conexiones en el ámbito político y facilitadora de proyección para un sujeto político.
- La importancia de esta investigación radicó en determinar que la comunicación interpersonal no solo sirve para transmitir información o expresar ideas, sino que sirve también para construir relaciones sólidas y significativas.
- La comunicación directa como una estrategia de posicionamiento genera cambios significativos en el pensar individual y colectivo con respecto a la imagen personal de un sujeto político (o que quiera incursionar en política), además, se evidencio que la identidad personal en redes sociales facilita la réplica de información más rápido.
- El uso de la comunicación interpersonal dentro del cantón La Libertad es esencial para llegar a ser un buen sujeto político, hay que ser cuidadoso son las palabras vertidas debido a que el prestigio personal juega un rol importante en cómo se posiciona y como es adjudicada una persona mediante la opinión pública.
- Los resultados de la encuesta evidenciaron la mejora de la aplicación de la comunicación para así poder generar cambios significativos en la comunidad y tener el respaldo de las personas y garantizando un progreso para todos. Mientras que en la entrevista aplicada a expertos en política determinó que el uso de este tipo de herramientas de comunicación fue y son aplicadas de manera sutil, para lograr objetivos planteados a corto y largo plazo.

## **Recomendaciones**

- Se sugiere enfatizar y promover el efectivo uso de la comunicación interpersonal dentro del cantón La Libertad. Debido a que se reconoce la comunicación interpersonal como puente fundamental para establecer conexiones significativas en el ámbito político.
- Se aconseja implementar la comunicación interpersonal debido a que no solo sirve para transmitir información o expresar ideas, sino que sirve también para construir relaciones sólidas y significativas.
- Para una mayor acogida por la comunidad, es de máxima importancia fortalecer la comunicación directa como una estrategia de posicionamiento debido a que genera cambios significativos en el pensar individual y colectivo con respecto a la imagen personal de un sujeto político.
- Recordar que el posicionamiento de un candidato se basa en el fortalecimiento de la comunicación interpersonal debido a que es esencial para llegar a ser un buen sujeto político, hay que ser cuidadoso con las palabras vertidas debido a que el prestigio personal juega un rol importante en cómo se posiciona y como es adjudicada una persona mediante la opinión pública.
- Es necesario considerar los resultados de la encuesta para la aplicación de la comunicación y así generar cambios significativos en la comunidad y tener el respaldo de las personas garantizando un progreso para todos, la entrevista determinó que el uso de este tipo de herramientas de comunicación fue y son aplicadas de manera sutil, para lograr objetivos planteados a corto y largo plazo, el uso de esta información debe ser llevado de una manera responsable, salvaguardando la integridad ética que se lleva desde antes de incursionar en este nuevo camino.

## REFERENCIAS

(s.f.).

Blumer. (1946). *New outlines of the principles of sociology*. Barnes and Noble, New York.  
[https://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/doc\\_1.pdf](https://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/doc_1.pdf)

Blumer. (1966). *La teoría del interaccionismo simbólico: análisis y valoración crítica*.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/666889.pdf>

Cabana. (2008). *Análisis de la comunicación no verbal*. Revista Latina de Comunicación Social.  
<https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-911-436-459>

Carpio, O. (2006). *Comunicación Política en Campañas Electorales*. International Institute for Democracy and Electoral Assistance. <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/comunicacion-politica-en-campanas-electorales.pdf>

Celaya. (2008). Las redes sociales: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN.  
<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Escamilla, M. (2018). Aplicación básica de los métodos científicos. Academia.edu:  
[https://www.academia.edu/12984603/Metodologia\\_investigacion\\_no\\_experimental](https://www.academia.edu/12984603/Metodologia_investigacion_no_experimental)

ESPINOZA, E. (2016). *Universo, muestra y muestreo*.

Folgueiras, P. (2016). La entrevista.  
<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Fragoso, E. (2006). *CONCEPTO DE POLÍTICA Y VIDA COTIDIANA*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4953719>

García, F. (1993). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, España.  
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>

García, M. (1995). *Comunicación y relaciones interpersonales*.

González, E. (2008). Comunicación interpersonal: inicio, mantenimiento y desintegración de relaciones. Tecnológico de Monterrey. [Comunicacion\\_Interpersonal\\_Inicio\\_Manten.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf)

Guerrero, M. (2016). *La Investigación Cualitativa*. INNOVA Research Journal.

Hernández, & Rosa, d. I. (2018). HABILIDADES DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA. *Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 19.  
<https://www.scielo.cl/pdf/limite/v17/0718-1361-limite-17-9.pdf>

Hernández, F. y. (2003). Los diseños de método mixto en la investigación en educación:. En Z. P. Pérez.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Jack, A. R. (2002). *Posicionamiento: la batalla por su mente*.  
<https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/Posicionamiento-la-batalla-por-su-mente.pdf>



- Kotler. (1991). [https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/5269\\_41.pdf](https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/5269_41.pdf)
- Kotler. (2000). *IMPORTANCIA Y CONCEPTO DEL POSICIONAMIENTO*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331007.pdf>
- Lazarsfeld. (2006). Influencia personal: a 55 años de la irrupción de los líderes. En G. R. rodrigo.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706035.pdf>
- Lima, F. y. (2010). El prestigio profesional y social: determinante de la decisión vocacional.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3382/338232663004.pdf>
- Marcel, J. y. (1958). *Filosofía*.
- Martínez, C. (2012). *La importancia de la comunicación interpersonal (oral) en la vida académica universitaria y profesional*. Mexico. <http://200.23.113.51/pdf/28942.pdf>
- Martinez, C. (2018). *Investigación Descriptiva: Tipos*.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>
- Mateos, O. C. (2006). *Comunicacion Política en Campañas Electorales*. International Institute for Democracy and Electoral Assitance.  
<https://www.idea.int/sites/default/files/publications/comunicacion-politica-en-campanas-electorales.pdf>
- Mateos, O. C. (2006). *Comunicacion Política en Campañas Electorales*. International Institute for Democracy and Electoral Assitance 2006.
- Mateos, O. C. (2006). *Comunicacion Política en Campañas Electorales*. International Institute for Democracy and Electoral Assitance.  
<https://www.idea.int/sites/default/files/publications/comunicacion-politica-en-campanas-electorales.pdf>
- Medina, P. (30 de junio de 2010). *EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LA MOTIVACIÓN*. SECCIÓN ARTÍCULOS DE REFLEXIÓN:  
<http://www.scielo.org.co/pdf/reus/v12n1/v12n1a13.pdf>
- Mendieta. (2006). *Etica y Moral*.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4192166.pdf>  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4192166.pdf>
- Mora, E. (2006). Qué es el método inductivo. 4. <https://es.scribd.com/document/454370494/Que-es-el-metodo-inductivo>
- MORA, E. (2006). *Qué es el método inductivo*. es.scribd.com.
- Otero. (2007). HABILIDADES DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL. *Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 19. <https://www.scielo.cl/pdf/limite/v17/0718-1361-limite-17-9.pdf>
- Pineda, B., & De Alvarado, E. L. (1994). *Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud*. Organización Panamericana de la Salud.

<http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Manual%20para%20el%20Desarrollo%20de%20Personal%20de%20Salud.pdf>

Rodriguez, T. (2001). 14. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6174479.pdf>

Sampieri. (1997). *Metodología de la investigación*.

[https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n\\_Sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf)

Sen. (2010). JUVENTUD, CIUDADANÍA Y POSICIONAMIENTOS POLÍTICOS: UNA LECTURA DESDE EL AULA DE CLASE. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 13(1), 1.

<https://doi.org/https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17151/rlee.2017.13.1.8>

Villafuerte, I. (2012). *Oratoria*. México: RED TERCER MILENIO. <https://doi.org/978-607-733-153-7>

Zayas, P. (2011). *Comunicacion Interpersonal*.

Zayas, P. (2011). *Comunicacion Interpersonal*.

[https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros\\_internet/55772.pdf](https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf)

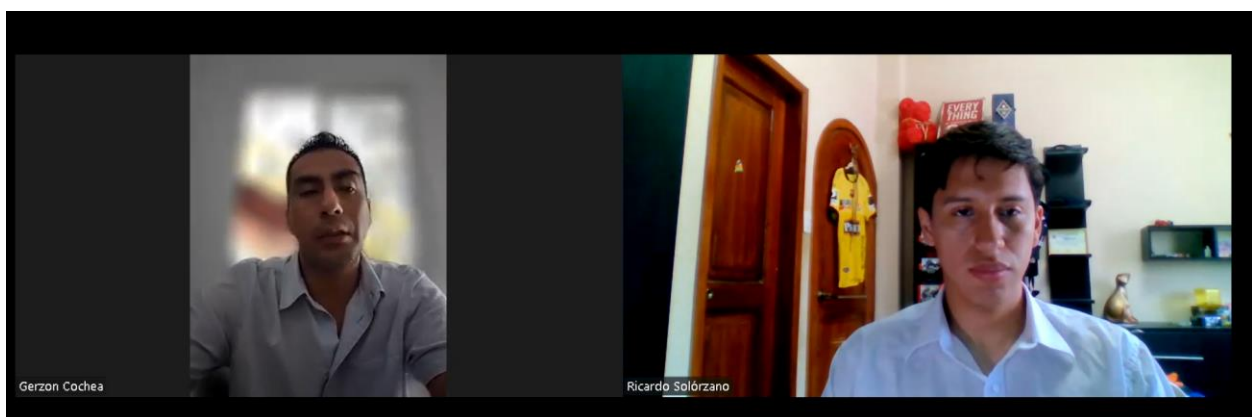
Zayas, P. (2011). *LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL*.

**Anexos:**

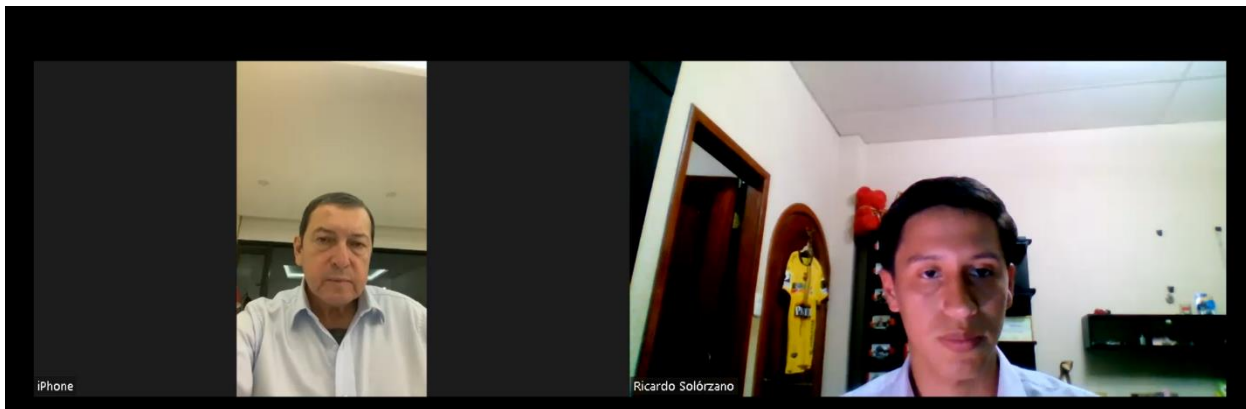
**Entrevista a Jimmy Lino, líder juvenil del partido político RC5**



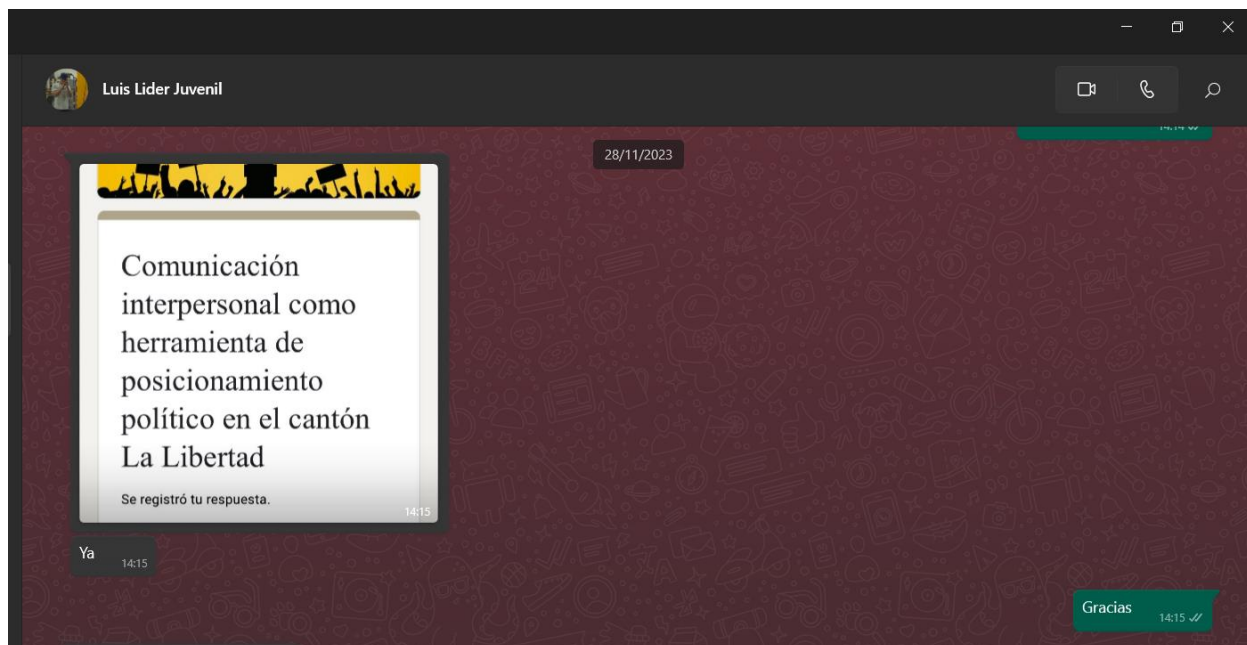
**Entrevista a Gerzon Cochea, especialista en posicionamiento político**



## Entrevista a Patricio Cisneros, asambleísta representante del partido 61



## Evidencia de la aplicación de la encuesta



# Aplicación de la encuesta

