



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

**“COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SU EFECTO EN LA
DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA
COMUNA LOMA ALTA AÑO 2013”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADAS EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORAS:

**BETTY LEONOR TOMALÁ TOMALÁ
INGRID LORENA GONZABAY ZAMBRANO**

TUTOR:

MSc. AMERICA MEZA BAJAÑA

LA LIBERTAD - ECUADOR

2014

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

**“COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SU EFECTO EN LA
DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA
COMUNA LOMA ALTA AÑO 2013”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADAS EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORAS:

**BETTY LEONOR TOMALÁ TOMALÁ
INGRID LORENA GONZABAY ZAMBRANO**

TUTORA:

LIC. AMERICA MEZA BAJAÑA MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2014



CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Carrera de Comunicación Social, nombrado por el Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

CERTIFICO:

Que he analizado el Trabajo de Titulación de Grado presente por las Srtas. **TOMALÁ TOMALÁ BETTY LEONOR Y GONZABAY ZAMBRANO INGRID LORENA**, como requisito previo para optar por el Grado Académico de Licenciado, cuyo tema es:

“COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SU EFECTO EN LA DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNA LOMA ALTA, AÑO 2013.”.

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

Considero aprobado en su totalidad.

Tutor

Mgs. América Meza Bajaña
C.C. 0912917168

La Libertad, Octubre del 2014

La Libertad, 31 de octubre del 2014

CERTIFICADO

MÓNICA TOMALÁ CHAVARRÍA, Licenciada en Lengua y Literatura Española, Docente en la Carrera de Educación Parvularia de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, certifico que:

He leído, revisado y corregido la redacción en la concordancia, la sintaxis y la ortografía del contenido del trabajo de titulación "COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SU EFECTO EN LA DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNA LOMA ALTA AÑO 2013". Elaborado por las Autoras: BETTY LEONOR TOMALÁ TOMALÁ e INGRID LORENA GONZABAY ZAMBRANO de la Facultad de Ciencias Sociales y la Salud, Escuela de Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Debo indicar, además, que es de exclusiva responsabilidad que las autoras cumplan con las sugerencias y recomendaciones dadas en la corrección de la tesis impresa.

Sin otro particular,

Atentamente,



LICENCIADA MÓNICA TOMALÁ CHAVARRÍA, Mg.
DOCENTE

URKUND

Document: MARCO TEODORO BELTHY E INGRID URKUNDINO (D11942103)

Submitted: 2014-10-26 00:42 (-05:00)

Submitted by: ameza@upse.edu.ec

Receiver: ameza@upse@analyst.arkund.com

Message: [Show full message](#)

94% of this approx. 14 pages long document consists of text present in 5

List of sources

- http://www.unitec.edu.ec/temas/BA_COMUNICACION_CORP...
- <http://www.defensoriaec.com/investigaciones/defensoria-ec...>
- <http://estadistica.blogpost.com/2013/04/defusion.html>
- <http://www.un.edu.ec/temas/saunders/defusion/2012/>
- <http://www.libertadciudadana.org/archivos/indice/>

64% Active External source: <http://www.libertadciudadana.org/archivos/indice/> 64%

Participación Ciudadana. Es un derecho humano fundamental, para el involucramiento ciudadano que garantiza la acción deliberada, tanto de manera individual como colectiva, a través de los distintos mecanismos e instrumentos contenidos en la Constitución Política y la Ley.

también se debe considerar que la participación ciudadana involucra no solo a los pueblos y nacionalidades, sino a los gobiernos y a los medios de comunicación mejorando la calidad de vida de la población. Recursos turísticos.

Todo elemento natural, toda actividad humana es resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos esencialmente de ocio. No se

URKUND

Document: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES BELTHY E E INGRID (D11942107)

Submitted: 2014-10-26 00:44 (-05:00)

Submitted by: ameza@upse.edu.ec

Receiver: ameza@upse@analyst.arkund.com

Message: [Show full message](#)

0% of this approx. 1 pages long document consists of text present in 0

List of sources

Rank	Path/Filename
(1)	Alternative sources
(2)	Sources not used

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES En relación a las preguntas realizadas a la población de la Comuna Loma Alta, se identifican las siguientes conclusiones y recomendaciones que se deben considerar que han sido resultados de la recolección de la información y de las interpretaciones de las mismas, entre ellas tenemos: 3.3.1. CONCLUSIÓN Mediante el análisis estadístico efectuado en la interpretación de los resultados se pudo detectar que existe poca aplicación de programas que se enmarquen en poder difundir de forma correcta y oportuna los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta. El conocimiento sobre los atractivos turísticos que posee, en las encuestas se refleja que en su mayoría se conocen de aquello, la problemática en sí es que no existe por parte del Cabildo las gestiones pertinentes para poder establecer un plan de Difusión Turística de la Comuna Loma Alta. La participación ciudadana como uno de los más importantes que existe para impulsar los programas y planes que influyen en beneficio de la comunidad se pudo diferenciar la ausencia de una participación integral, lo que es uno de los indicadores que respalda la falta de difusión turística. Por último, no existe un

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis de grado a nuestro Dios Todopoderoso, por darme fortaleza, sabiduría, inteligencia y me ilumino el camino a través de su palabra, a mis padres Carmen Zambrano y Pablo Gonzabay, por ser el motor principal para mi formación integral, mi inspiración y el amor que me han brindado día a día, a mi compañero incondicional de mis sueños mi esposo Ricardo Soriano por su apoyo brindado y sobre todo por el aliento y fortaleza. A todos mis amigos que de manera desinteresada estuvieron apoyándome en todo momento, por todo esto, gracias mil gracias.

INGRID GONZABAY ZAMBRANO

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres Guillermo y Esperanza, quienes con dedicación y esfuerzo supieron guiarme en el trayecto de mi vida, inculcándome buenos valores, logrando así convertirme en la persona que soy ahora, por confiar en mí, por estar pendiente en todo momento para que pueda culminar mis estudios universitarios; a ellos que son y serán un ejemplo de vida.

A mis hijos que son mi motor principal y mi motivación para crecer cada día, y darles un mejor porvenir, también se la dedico a mi amado esposo Milton quien con su paciencia, comprensión y ayuda pude culminar los estudios, a él quien he compartido momentos alegres y triste.

A mis hermanos Jefferson y Yessenia que siempre han estado junto a mí, apoyándome en todo momento y no se podían quedar atrás mis dos ángeles Crucita y Glenda que hoy se encuentran junto al padre celestial, a ellas todo mi amor porque sé que han cuidado de mí y me protegen de todo peligro.

BETTY TOMALÁ TOMALÁ

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir, por ser mi padre celestial, ÉL que siempre ha estado acompañándome en todo momento y que me permite cumplir un objetivo más en mi vida.

De manera especial a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Institución que me abrió sus puertas, la que me vio crecer para formarme como una profesional.

A nuestra profesora, Asesora Msc. America Meza Bajaña, quien fue nuestra guía para alcanzar la meta, gracias por su valioso esfuerzo, paciencia y conocimientos aportados al proceso, que el señor Todo poderoso la bendiga por siempre.

A mi familia, profesores, compañeros y todas las personas que me apoyaron de manera incondicional, mis mayores agradecimientos.

INGRID GONZABAY ZAMBRANO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por cada día vivido, por darme la oportunidad de crecer en el ámbito profesional, a mis padres por su apoyo incondicional, por sus sabios consejos y por motivarme cada día para que no desmaye en ningún momento, ellos que han sido y serán un pilar fundamental en mi vida. A mi esposo por su apoyo y comprensión, a mis hijos que en algunas ocasiones tuve que dejarlos al cuidado de otra persona y han sabido entenderme.

También estoy muy agradecida con cada una de las personas que han compartido junto a mí, momentos de alegría y tristeza, a las personas que me han apoyado en todos los años de estudio, a mis compañeros de clases por apoyarnos en cada momento para poder lograr nuestros sueños, de culminar los estudios universitarios.

Agradezco a mis guías académicos, por sus sabias enseñanzas impartidas en el aula de clases, en especial a la Msc. América Meza Bajaña por guiarme y asesorarme en el proceso de tesis y así culminar con el requisito para ser una profesional de la comunicación.

BETTY TOMALÁ TOMALÁ

TRIBUNAL DE GRADO

Lic. Guillermo Santa María MSc.
Decano de la Facultad de
Ciencias Sociales y de la Salud

Lic. Milton González Santos MSc.
Director de Escuela

Nombres y Apellidos
Profesor de Área

Lic. America Meza Bajaña MSc.
Profesor Tutor

Ab. Joe Espinoza Ayala
Secretario General- Procurador

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

**“COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SU EFECTO EN LA
DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA
COMUNA LOMA ALTA AÑO 2013”**

Autores: Betty Leonor Tomalá Tomalá e
Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano

Tutora: LIC. América Meza Bajaña MSc.

RESUMEN

El presente estudio se determina en la necesidad de que exista un proceso de información de las organizaciones, para poder implementar los recursos necesarios que permitan el desarrollo de una difusión de forma apropiada, por ello, es que se realizó de forma analítica las encuestas y entrevistas a los involucrados en la problemática, en donde se establecieron los indicadores de la necesidad de que, realmente, no se conocen los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta. Es preciso indicar, además, que mediante, la metodología implementada, se desarrollaron los métodos inductivos y deductivos para determinar de forma general y particular los factores que inciden en el proceso de realizar de forma correcta una difusión turística, además, se determinaron los ejes de la problemática: como fueron los directivos y los habitantes de la Comuna Loma Alta, quienes al momento de dirigir los instrumentos de recopilación de información, mostraron el interés de poder ayudar a difundir los atractivos naturales que se posee. Por ello, se estableció en el desarrollo de la propuesta, un Video promocional de la Comuna Loma Alta, en el cual se describen los aspectos turísticos y culturales de la región, invitando a las personas a conocer los atractivos turísticos que posee la región, estableciendo así que los beneficiarios de la implementación de la propuesta serán los habitantes de la Comuna, ya que ellos tendrán mayor actividad turística y por ende crecerá el aspecto económico, social y turístico, logrando un impacto positivo en los resultados que se esperan obtener.

PALABRAS CLAVES: Comunicación Corporativa, Difusión Turística, Atractivos turísticos.

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

**“COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SU EFECTO EN LA
DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA
COMUNA LOMA ALTA AÑO 2013”**

Autores: Betty Leonor Tomalá Tomalá e
Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano

Tutora: LIC. América Meza Bajaña MSc.

ABSTRACT

This study determined the need for a process of information organizations, to implement the necessary resources to enable the development of a diffusion properly, so it is held analytically surveys and interviews involved in the problem, where the indicators really need attractions of Alta Loma Commune was established is unknown. We must tell others who through the implemented methodology, the inductive and deductive methods to determine the general and particular factors that affect the process correctly perform a tourist diffusion was developed, along the axes of the problem was determined as were managers and citizens of the Commune Loma Alta, who at the time of running the data collection instruments, showed interest to help spread the natural attractions that have. Therefore, he settled in the development of the proposal, a promotional video of the Loma Alta Commune, where the tourist and cultural aspects of the region described by inviting people to see the tourist attractions that the region, establishing and beneficiaries of the implementation of the proposal will be the inhabitants of the Commune, as they have greater tourism and thus grow the economic, social and tourism aspect, making a positive impact on the results to be obtained.

KEYWORDS: Corporate Communications, Broadcasting Tourist, Tourist Attractions.

INDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA.....	III
INFORME DEL URKUND.....	IV
DEDICATORIA INGRID GONZABAY ZAMBRANO.....	V
DEDICATORIA BETTY TOMALÁ TOMALÁ.....	VI
AGRADECIMIENTO INGRID GONZABAY ZAMBRANO.....	VII
AGRADECIMIENTO BETTY TOMALÁ TOMALÁ.....	VIII
TRIBUNAL DE GRADO.....	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
CONTENIDO.....	XII
ÍNDICE DE CUADROS	XIII
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XIV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XV

INTRODUCCIÓN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
1 Título del Tema.....	3
2 Planteamiento del Problema y formulación.....	3
2.1 Antecedentes del Problema.....	4
2.2 Posibles causas y consecuencias del problema.....	5
2.3 Planteamiento del Problema.....	6
2.3.1 Contextualización.....	7
2.4 Formulación y Selección del Problema.....	7
2.5 Delimitación del Problema.....	7
2.5.1 Delimitación Espacial.....	7
2.5.2 Delimitación Temporal.....	7
3 Justificación.....	8
4 Objetivos de la Investigación.....	9
4.1 Objetivo General.....	9
4.2 Objetivos Específicos.....	9
5 Hipótesis.....	10
5.1 Señalamiento de la Hipótesis.....	10
5.2 Variables.....	10
5.3 Operacionalización de las Variables.....	11
5.3 Operacionalización de las Variables.....	12

CAPITULO I.....	13
MARCO TEORICO.....	13
1.1 Introducción.....	13
1.1.1 Antecedentes de la Comunicación Corporativa.....	13
1.1.1.2 Comunicación Corporativa.....	16
1.1.1.3 Comunicación Interna.....	20

1.1.1.4 Comunicación Externa.....	26
1.1.1.5 Objetivos.....	28
1.1.1.6 Planificación.....	28
1.1.1.7 Herramientas Comunicacionales.....	29
1.2 Difusión de la Actividad Turística.....	30
1.1.2.1 Territorio.....	31
1.1.2.2 Actividades Comprensivas y Argumentativas.....	32
1.1.2.3 Conocimientos.....	32
1.1.2.4 Receptor.....	33
1.1.2.5 Desarrollo Económico.....	34
1.3 Marco Referencial.....	35
1.3.1 Fundamentación Científica.....	37
1.3.2.1 Fundamentación Filosófica.....	37
1.3.2.2 Fundamentación Psicológica.....	38
1.3.2.3 Fundamentación Sociológica.....	39
1.3.2.4 Fundamentación Pedagógica.....	40
1.4 Fundamentación Conceptual.....	40
1.5 Fundamentación Legal.....	43
CAPITULO II.....	47
METODOLOGÍA.....	47
2.1 Enfoque Investigativo.....	47
2.2 Metodología.....	48
2.3 Diseño de la Investigación.....	50
2.4 Modalidad de la Investigación.....	51
2.5 Tipo de Investigación.....	51
2.5.1 Investigación de Campo.....	51
2.5.2 Entrevista.....	52
2.5.3 Observación.....	53
2.5.4 Investigación Bibliográfica.....	53
2.6 Población y Muestra.....	54
2.6.1 Población.....	54
2.6.2 Muestra.....	55
2.7 Técnicas e Instrumentos de la Investigación.....	56
2.7.1 Documental.....	57
2.7.2 Campo.....	57
2.7.3 Entrevista.....	57
2.7.3 Encuesta.....	58
2.8 Plan de Recolección de Información.....	58
2.9 Plan de Procedimiento de Investigación.....	59
CAPITULO III.....	60
ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	60
3.1 Entrevista dirigida a Presidente de la Comuna Loma Alta.....	60
3.2 Análisis Entrevista dirigida a Presidente de la Comuna Loma Alta.....	61
3.3 Entrevista dirigida al Síndico de la Comuna Loma Alta.....	60

3.4	Análisis Entrevista dirigida al Síndico de la Comuna Loma Alta.....	61
3.5	Encuesta dirigida a los Habitantes de la Comuna Loma Alta.....	62
3.6	Conclusiones y Recomendaciones.....	85
3.6.1	Conclusiones.....	85
3.6.2	Recomendaciones.....	86
CAPÍTULO IV.....		87
LA PROPUESTA.....		87
4.1	Titulo.....	87
4.2	Justificación.....	87
4.3	Diagnostico.....	88
4.4	Fundamentación Teórica de la Propuesta.....	88
4.4.1	Fundamentación Filosófica.....	88
4.4.2	Fundamentación Pedagógica.....	89
4.4.3	Fundamentación Psicológica.....	89
4.4.4	Fundamentación Sociológica.....	90
4.4.5	Fundamentación Educativa.....	90
4.4.6	Fundamentación Legal.....	91
4.5	Objetivo de la Propuesta.....	92
4.5.1	Objetivo General.....	92
4.5.2	Objetivos Específicos.....	92
4.6	Factibilidad de la Propuesta.....	92
4.6.1	Financiera.....	93
4.6.2	Técnica.....	94
4.6.3	Recursos Humanos.....	98
4.7	Descripción de la Propuesta.....	98
4.7.1	Descripción de la Propuesta.....	98
4.7.2	Beneficiarios.....	98
4.8	Bibliografía.....	100
4.9	Anexos.....	101

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro n.- 1	Operacionalización de las Variables.....	12
Cuadro n.- 2	Población.....	55
Cuadro n.- 3	Muestra.....	57
Cuadro n.- 4	Edad de la población encuestadas.....	64
Cuadro n.- 5	Sexo de la población encuestada.....	65
Cuadro n.- 6	Mayor potencia o actividad que cuenta la Comuna Loma Alta... ..	66
Cuadro n.- 7	Lugares turísticos de la Comuna Loma Alta.....	67
Cuadro n.- 8	Información sobre los lugares turísticos.....	69
Cuadro n.- 9	Información sobre las actividades que desarrolla.....	70
Cuadro n.- 10	Conocimiento de la reserva ecológica.....	72
Cuadro n.- 11	Participación ciudadana en el Cabildo de la Comuna.....	73
Cuadro n.- 12	Difusión de la actividad turística.....	74
Cuadro n.- 13	Difusión de las actividades turísticas de la Comuna.....	76

Cuadro n.- 14	Calificación de la difusión turística de la Comuna.....	77
Cuadro n.- 15	Capacitaciones para la actividad turística.....	79
Cuadro n.- 16	Fortalecimiento de la actividad turística.....	80
Cuadro n.- 17	Recursos turísticos de la Comuna Loma Alta.....	82
Cuadro n.- 18	Plan de Comunicación Corporativa.....	83
Cuadro n.- 19	Participación de la difusión turística de la Comuna.....	84
Cuadro n.- 20	Presupuesto financiero.....	94
Cuadro n.- 21	Factibilidad técnica.....	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico n.- 1	Edad de la población encuestadas.....	63
Gráfico n.- 2	Sexo de la población encuestada.....	65
Gráfico n.- 3	Mayor potencia o actividad que cuenta la Comuna Loma Alta...	66
Gráfico n.- 4	Lugares turísticos de la Comuna Loma Alta.....	68
Gráfico n.- 5	Información sobre los lugares turísticos.....	69
Gráfico n.- 6	Información sobre las actividades que desarrolla.....	71
Gráfico n.- 7	Conocimiento de la reserva ecológica.....	72
Gráfico n.- 8	Participación ciudadana en el Cabildo de la Comuna.....	73
Gráfico n.- 9	Difusión de la actividad turística.....	75
Gráfico n.- 10	Difusión de las actividades turísticas de la Comuna.....	76
Gráfico n.- 11	Calificación de la difusión turística de la Comuna.....	78
Gráfico n.- 12	Capacitaciones para la actividad turística.....	79
Gráfico n.- 13	Fortalecimiento de la actividad turística.....	81
Gráfico n.- 14	Recursos turísticos de la Comuna Loma Alta.....	82
Gráfico n.- 15	Plan de Comunicación Corporativa.....	84
Gráfico n.- 16	Participación de la difusión turística de la Comuna.....	85

INDICE DE ANEXOS

Anexo n.- 1	Fotografías a los dirigentes de la comuna Loma Alta.....	102
Anexon.-2	Encuestas realizadas a los habitantes de la comuna Loma Alta.....	103
Anexo n.- 3	Fotografías durante la grabación de la propuesta.....	104
Anexo n.- 4	instrumento de validación de encuestas.....	107
Anexo n.- 5	instrumento de validación de la propuesta.....	108
Anexo n.- 6	oficio al presidente de la comuna.....	109
Anexo n.- 7	oficio al director de la Escuela de Ciencias de la salud Dr. Juan Monserrate MSc.....	110

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la Provincia de Santa Elena está potenciando su actividad turística en todas las regiones en donde se establecen los atractivos turísticos, provocando que el desarrollo económico, cada vez, mejore, pero aún hay lugares en donde no existe una difusión turística coordinada, por parte de las entidades competentes, debido a la falta de comunicación corporativa que no se aplica al momento de satisfacer las necesidades de una región.

La presente investigación se desarrolla con el único objetivo de poder fortalecer esta área importante en las entidades gubernamentales, en este caso, la Comunicación Corporativa, que servirá para poder establecer la difusión turística en la Comuna Loma Alta, para potenciar el ámbito turístico, social y económico de la región.

En el Marco contextual, se describe el planteamiento del problema, la justificación que respalda el proceso de la investigación y el establecimiento de los objetivos generales y específicos que se deben cumplir al momento de implementar la investigación respectiva, así, también, se considera la operacionalización de las variables con las dimensiones e indicadores respectivos.

En el Capítulo I se desarrolla el Marco teórico, con las fundamentaciones respectivas que permiten sustentar de forma científica la problemática y las posibles soluciones que se pueden establecer, determinando, además, el marco legal y situacional de la unidad de análisis como es la Comuna Loma Alta.

En el Capítulo II se establece el proceso metodológico a seguir, lo que se describe por medio del método deductivo e inductivo basado en las técnicas de recopilación de información como son las entrevistas y encuestas, que en este proceso de investigación se realizaron a los Directivos y Representantes de la Comuna Loma Alta y a los habitantes para obtener información relevante que, de acuerdo, a las conclusiones se estableció la propuesta.

En el Capítulo III se desarrolla el análisis e interpretación de resultados, que de forma porcentual se midió la forma de establecer los indicadores de necesidad que permiten fortalecer la propuesta, por medio del análisis de las entrevista y encuestas se pudo identificar que no existe un proceso de comunicación corporativa para propiciar la difusión turística correcta.

En el Capítulo IV se establece la propuesta que es un Video Promocional de la Comuna Loma Alta, donde se desarrolla la información de impulsar los atractivos turísticos de la región, para que sea conocido por las personas. En esta propuesta se brinda información cultural y turística de la Comuna Loma Alta, por medio de una información virtual desarrollada para que pueda ser difundida por los medios de comunicación visual para poder potenciar la región turística y económica de la Comuna Loma Alta.

1. TÍTULO DEL TEMA

“COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SU EFECTO EN LA DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNA LOMA ALTA AÑO 2013”

2.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El país cuenta con maravillosos sectores turísticos, en sus diferentes provincias, donde se puede disfrutar de la biodiversidad que existe en cada una de ellas y de esta manera, deleitarse de lo que brinda la madre naturaleza; tal es el caso de la provincia de Santa Elena que cuenta con un amplio sector turístico, refiriéndonos, específicamente, a la comuna Loma Alta, ubicada en las faldas de la cordillera Chongón Colonche, al norte de esta Provincia. Existe poca difusión de los recursos naturales con las que cuenta este lugar, como la “reserva ecológica Loma Alta” que podría ayudar al desarrollo turístico y económico de la localidad.

Para que una comunidad pueda desarrollarse en el ámbito turístico, debe existir una eficiente comunicación corporativa, la cual ayudará a definir los objetivos y, por consiguiente, se podrán obtener los resultados requeridos, buscando métodos y estrategias que servirán para poder comunicar los atractivos turísticos con los que cuenta dicho sector, siendo el propósito principal la promoción y difusión de los mismos.

Por lo que se requiere de sinergia institucional, esto ayudará a conseguir alternativas para el desarrollo comunitario, y fortalecimiento de la participación y la organización.

La actividad turística cuenta con una elevada presencia en la estructura económica del país, puesto que, representa importantes fuentes de ingresos y por ende la creación de empleo para los habitantes del sector; pero, esto se podría lograr dando a conocer sobre los recursos naturales con los que cuenta la comunidad.

Entonces, se nota, cuán importante es la comunicación para el desarrollo de una comunidad y por ende de un país, puesto que ha, dejado de ser un intercambio de información, para convertirse en un impulso para el desarrollo del ser humano. Por medio de la comunicación se puede dar a conocer y persuadir a los que están alrededor de los deseos y necesidades y de esta manera, llegar a los objetivos trazados que vayan enmarcados en el bien común.

Y con lo que respecta a la provincia de Santa Elena, también, cuenta con muchos atractivos turísticos que se están promocionando, tanto a nivel nacional e internacional: la ruta del sol; pero, también, existe un lugar llamado Loma Alta que no es muy reconocido por muchos de los que habitan en la provincia; lugar que se encuentra bañada por el río California, el mismo que ha permitido desarrollar la agricultura.

Este sector, también, cuenta con un atractivo turístico como es la reserva ecológica, pero, cabe recalcar que por su deficiente organización no está siendo difundida de una manera adecuada; no es conocida por los turistas, debido a que no se ha transmitido de manera correcta sobre los puntos interesantes que tiene esta localidad, puesto que, sus habitantes no tienen los conocimientos necesarios y no saben cómo realizar una difusión para poder aprovechar este sector turístico. Otra de las causas por las cuales no se está explotando este sector es el deficiente liderazgo entre sus habitantes.

2.2. POSIBLES CAUSAS Y CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA

Dentro de las posibles causas que ocasiona el problema en la difusión de la actividad turista en la comuna Loma Alta se encuentran:

CAUSAS	CONSECUENCIAS
◆ Inadecuado tratamiento de la información en la difusión de los puntos turísticos.	◆ Pocas visitas turísticas por parte de las personas que viven a su alrededor.
◆ Carencia en la preparación de liderazgo por parte de los dirigentes.	◆ Poco rendimiento laboral en cuanto al servicio a la comunidad.
◆ Poca sinergia entre los dirigentes y habitantes	◆ Poca participación ciudadana
◆ Inadecuada organización en los procesos para la difusión de la actividad turística en la comuna Loma Alta.	◆ Poca difusión turística y económica de la Comuna Loma Alta.
◆ Escaso conocimiento sobre la existencia de la reserva ecológica Loma Alta por parte de los habitantes de la provincia de Santa Elena.	◆ Baja actividad turística y comercial en la región.

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

2.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la recopilación de la información, se pudo observar que dentro de la comunidad no existe la debida preparación por parte de los líderes puesto que, no hay una adecuada organización y esto, se debe a que el gobierno autónomo descentralizado de Santa Elena no ha tomado las medidas adecuadas para capacitar a los dirigentes y así, ellos puedan liderar y llevar a cabo una mejor organización dentro de la comunidad.

Esta situación ha conllevado a que la comunidad no tenga un desarrollo y no haya el interés y participación de las actividades que tengan proyectado realizar, ya que no existe la adecuada comunicación entre líderes y la población.

La actividad turística con la que cuenta este sector, es deficiente debido al desinterés que muestran los habitantes o la falta de capacitación que no han obtenido para poder difundir uno de los puntos turísticos como lo es la reserva Ecológica "Loma Alta", la cual no se ha dado a conocer y, por consiguiente, no se ha sacado provecho para beneficio de la comunidad y así aportar para su desarrollo.

Cabe recalcar, que para el buen desarrollo de una comunidad, se necesita trabajar en equipo (sinergia) utilizando la comunicación corporativa, para proyectar la imagen de la comunidad ante los demás, en esta comunidad no se ha trabajado en la difusión de sus atractivos turísticos, es por esto, el desconocimiento de la existencia de los recursos naturales con las que cuenta la comuna Loma Alta.

2.3.1. CONTEXTUALIZACION

Para que un determinado sector pueda desarrollarse económica y turísticamente, debe existir liderazgo y por consiguiente, un líder que los guíe para que puedan sobresalir y así puedan cumplir con sus objetivos.

Lograr ser reconocidos tanto dentro de la provincia como en el resto del país, no es tarea fácil, pero, tampoco, imposible para los habitantes de la Comuna Loma Alta, puesto que, habrá obstáculos por vencer; pero esas dificultades los harán más fuertes a la hora de empezar a trabajar en la difusión de la actividad turística del sector.

Por eso, es muy importante que sus habitantes se capaciten en el área de liderazgo para que puedan ser encaminados de manera correcta y así aportar al desarrollo de su comunidad.

2.4. FORMULACIÓN Y SELECCIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la comunicación corporativa nos ayudaría en la difusión de la actividad turística en la comuna Loma Alta?

2.5. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

2.5.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

El trabajo de investigación se desarrollará en la Comuna Loma Alta, Provincia de Santa Elena.

2.5.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL

El período de estudio será en el año 2013.

3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Para que una comunidad pueda tener un correcto liderazgo se debe tener conocimiento de cómo organizar a sus habitantes, ya que es muy importante para su desarrollo y poder subsistir en un ambiente que vaya a la par con la tecnología.

Para los procesos de cambio, deben seguirse lineamientos que le ayudarán a evaluar en que se está fallando y así poder remediar la situación; por eso, es necesario una investigación de las causas del por qué la falta de liderazgo en la Comuna Loma Alta.

Los lineamientos que regirán la elaboración de la investigación, están enmarcados en el área de Comunicación Social en base a las asignaturas de Comunicación organizacional y liderazgo, publicidad y enfoque social; la importancia de la investigación también está basada en la Constitución, la Ley de comunicación y la Ley de comuna.

En el futuro, si la comuna Loma Alta no logra aprovechar el potencial turístico que posee, no podrá mejorar la calidad de vida de sus habitantes, al mismo tiempo, no aprovechará los beneficios económicos que éste generaría, los cuales serían de mucha ayuda para el desarrollo de su comunidad.

Al difundir el atractivo turístico que tiene la comuna Loma Alta, se logrará abrir varias plazas de trabajo para sus habitantes y no permitir que éstos migren; y al no explotarse este sector podría dar como resultado el deterioro de su atractivo turístico que posee y con esto que el lugar quede en el abandono y pueda desaparecer.

Para tener una buena difusión de la actividad turística de la comuna es de vital importancia que sus habitantes se encuentren organizados y, necesariamente, que sean capacitados para que estén aptos a la hora de transmitir los atractivos turísticos con los que cuenta el sector.

En este proyecto se beneficiarán, directamente, los habitantes de la Comuna Loma Alta y sus dirigentes, construyendo así un mejor futuro para la comunidad y la región.

4.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

Aplicar la difusión de la actividad turística en la comuna “Loma Alta” mediante la comunicación corporativa para el rescate de los atractivos de su reserva ecológica.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 1.** Analizar el proceso de comunicación corporativa a través de una investigación, para conocer si existe difusión de la actividad turística en la Comuna Loma Alta.
- 2.** Determinar a través de entrevistas y encuestas cuáles son los problemas de comunicación que se presentan en la comuna Loma Alta para una mejor difusión de la actividad turística.
- 3.** Participar de manera directa con los habitantes y dirigentes para conocer sus requerimientos sobre la forma de difusión que se vaya a efectuar.

4. Creación de un video promocional en el cual se utilizará la comunicación corporativa, para dar a conocer las actividades turísticas de la Comuna Loma Alta y la Reserva Ecológica por medio de la difusión de lo antes ya mencionado.

5.- HIPÓTESIS Y/O A DEFENDER

5.1. SEÑALAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

Si la comunicación corporativa está definida de forma correcta, entonces, esto tendrá efecto en la difusión de la actividad turística de la comuna Loma Alta.

5.2. VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE (CAUSA)

Comunicación corporativa.

VARIABLE DEPENDIENTE (EFECTO)

Difusión de la actividad turística de la comuna Loma Alta

5.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIONES CONCEPTUALES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<p>Si la comunicación corporativa está definida en forma correcta, ENTONCES, esto tendrá efecto en la difusión de la actividad turística de la comuna Loma Alta.</p>	<p>V.I.= (Causa) Comunicación corporativa</p>	<p>Comunicación corporativa es un elemento esencial de gestión que permite que exista una comunicación efectiva, tanto interna como externa y así poder alcanzar los objetivos que se hayan trazado requiriendo de una correcta coordinación, planificación y el adecuado uso de las herramientas comunicacionales.</p>	<p>Comunicación Interna.</p> <p>Comunicación externa.</p> <p>Objetivos.</p> <p>Planificación</p> <p>Herramientas comunicacionales</p>	<p>Comunidad</p> <p>Participación ciudadana</p> <p>Difusión</p> <p>Organización por parte de los integrantes y la comunidad</p> <p>TV.</p>	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>

HIPÓTESIS	VARIABLES DEPENDIENTE	DEFINICIONES CONCEPTUALES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<p>Si la comunicación estratégica está definida en forma correcta, ENTONCES, esto incide en la difusión de la actividad turística de la comuna Loma Alta</p>	<p>V.D.= (Efecto) Difusión de la actividad turística de la comuna Loma Alta.</p>	<p>Dar a conocer o informar sobre actividades, acciones y acontecimientos que se generan en un determinado territorio, y de esta manera, crear conocimientos para motivar al receptor por medio de la información el interés por conocer un lugar.</p> <p>Puesto que, es de vital importancia porque de esta forma se impulsaría la actividad turística y el desarrollo económico del sector, generando recursos para sus habitantes.</p>	<p>Territorio.</p> <p>Actividades: Comprensiva Argumentativa</p> <p>Conocimientos.</p> <p>Receptor</p> <p>Desarrollo económico</p>	<p>Habitantes de la comunidad</p> <p>Comunidad</p> <p>Habitantes de la Provincia.</p> <p>Recursos: Internos Externos</p>	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. INTRODUCCIÓN

1.1.1 ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Cuando se refiere a la comunicación, inmediatamente, se puede percibir que una de las partes fundamentales del diario vivir es la comunicación, debido a que para cualquier ser humano relacionarse en su entorno social, es indispensable utilizar cualquier estrategia que permita intercambiar opiniones a partir del acto del habla; esta generación está basada en la convivencia diaria y por ende en relaciones, de tipo social, familiar, laboral u otras; es decir, que para lograr una buena relación con la sociedad a la cual se pertenece, necesariamente, se debe comunicar para permitir el intercambio de ideas y convivir de una mejor manera.

La organización, como una extensión del individuo, también, necesita comunicar. Este es uno de los aspectos más importantes en la empresa e incluye la comunicación efectiva con las distintas audiencias: empleados recientes y antiguos, gerentes y directores, clientes actuales y potenciales, entidades públicas y privadas, competencia directa e indirecta y público en general. Las decisiones en el área de la comunicación corporativa toman en cuenta lo que se comunica, como se comunica y a través de qué medio se comunica. (Carlos Eduardo Vásquez, 1997)

Jakobson refiere a la comunicación como base a una realidad objetiva, esta a su vez, se enfoca en la eficacia de la información, es decir, con la forma de comunicar entre la extensión de la unidad de comunicación y la forma de cómo se expresa tal información. Desde Platón se ha señalado que la comunicación es un instrumento para poder establecer la conexión entre dos o más personas, en el cual abarca varios elementos conocidos.

El filósofo Buhler relaciona a la comunicación con el lenguaje que lo personifica como el órgano para poder intercambiar un esquema tripartito, que es mediante el emisor, receptor y lo referente de lo que se vaya a tratar. La comunicación es un proceso en donde se transmite una información específica, alterando el estado de conocimiento de la entidad recíproca. (Karl Buhler, 2011)

Actualmente, la comunicación crece a pasos muy acelerados, ya que existen medios virtuales que permiten la relación de la comunicación de una forma más rápida y precisa. Las distancias de información, se han acortado debido a los avances tecnológicos, en donde se identifica un papel importante al momento de establecer la comunicación.

En el Ecuador, la comunicación tiene un papel importante, ya que los medios tecnológicos facilitan con agilidad y rapidez el poder relacionar el avance de las actividades en las sociedades, y una efectiva comunicación entre los organismos y el ser humano como el único beneficiado de lo que se necesita intercambiar.

La Comunicación Corporativa se relaciona con la comunicación social, se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen una base de proyección e imagen en una forma eficiente. Existen subcampos que derivan la comunicación corporativa en el área en donde se aplique, la más directa es la

comunicación social, ya que de ella depende mucho la relación entre la comunicación pública y la comunicación interpersonal.

De la Comunicación Pública, se desarrollan las comunicaciones políticas, organizacionales, comunitarias y mediáticas. Estos tipos de comunicaciones se aplican en torno a las organizaciones con el único fin de fortalecer el proceso de operaciones y de las actividades propias de las empresas. En la actualidad, la Comunicación Corporativa se ha convertido en uno de los elementos estratégicos más importantes de las organizaciones para lograr los objetivos finales que se han propuesto.

La expresión “Comunicación Corporativa” ha sido utilizada para identificar la comunicación en el marco institucional de una organización específica. En este caso, la comunicación corporativa se determina como el conglomerado de recursos de comunicación de la que dispone para que las organizaciones, especialmente, las que deben involucrar al público, puedan llegar a los mismos, es decir, que la comunicación corporativa es el sistema de informar todo lo que es una organización de sí misma para los demás.

En la Provincia de Santa Elena, se pueden identificar ciertos factores que propician las debilidades de la comunicación corporativa, ya que los medios de comunicación que son los involucrados en la difusión de la información, no contienen en sus estructuras, tanto organizativas como de aplicación, procesos que son esenciales para la transmisión de la información de forma correcta y precisa.

En cuanto a la comunicación interpersonal y social, existen medios en la Provincia de Santa Elena, que no satisfacen estos tipos de comunicación debido a que hay medios que no se enfocan en propagar información relevante y concerniente a los intereses de la población, sino que transmiten en relación a sus intereses propios y no de la población; más

aún cuando se trata de impulsar el desarrollo turístico de una región específica como es la Comuna Loma Alta, ya que existe una Reserva Ecológica que no es reconocida por la falta de difusión de información.

1.1.1.2 Comunicación Corporativa

La Comunicación Corporativa es la disciplina que dirige todos los mensajes que desea transmitir la organización a las partes interesadas. Dos de las acciones por el que la Comunicación Corporativa cumple un rol fundamental en el proceso de desarrollo organizacional, son dos: Integrara la comunicación de la empresa y conectar a las personas e instituciones a unas relaciones de forma directa e infundir las conexiones interpersonales basadas en una correcta comunicación.

Según Rodríguez Rowe, en su libro Comunicación Corporativa: un derecho y un deber explica que “lo que abarca la comunicación corporativa es extenso, considerándose como un sistema de aplicación de información, donde se define el comportamiento de los miembros de una empresa y que se aplica en base al conocimiento de la información que se desea transmitir” (Rodríguez Rowe M. Verónica, 2008)

Es decir, que la comunicación corporativa puede entenderse como un sistema, en el cual se debe transmitir una información en el que se plasme el comportamiento organizacional, frente al entorno en donde se van a dirigir los beneficios.

Dentro de las concepciones de la Comunicación Corporativa que se aplican al momento de analizar el papel fundamental tenemos:

- Marca corporativa.
- Identidad e imagen corporativa.
- Responsabilidad social corporativa.
- Reputación corporativa.
- Comunicación Interna y externa.
- Relaciones con los inversores
- Relaciones con los medios.
- Medios sociales digitales.

La Comunicación Corporativa tiene una serie de premisas fundamentales, que son la base sobre las que se sustenta y organiza:

- Todo se comunica en una organización: en una compañía no sólo comunican los anuncios publicitarios o las campañas de relaciones públicas, sino que toda la actividad cotidiana de la empresa, desde sus productos y servicios hasta el comportamiento de sus miembros, son aspectos que “dicen” cosas sobre la organización, que comunican cómo es la empresa, y por lo tanto, todos esos aspectos deben ser cuidados y planificados, para que sean coherentes con todos los mensajes promocionales de la compañía. (Dr. Paúl Capriotti, 1999)

Es decir, que la entidad organizacional debe tener carácter conductual y comunicativo, en el que se debe informar las actividades que la organización realiza, más aún cuando estas actividades conciernen al público y que beneficia de forma directa a todos los participantes de la comunidad y de la organización.

Es importante, conocer el punto de vista que tenga el público frente a la forma de conducir de la organización, el resultado de la comunicación corporativa debe ser visible, y obviamente, con resultados propios. De esta forma, todo lo que la empresa hace, adopta una dimensión comunicativa, transmitiendo información sobre sí misma, sobre su diseño organizacional.

- La Comunicación Corporativa es generadora de expectativas: todas las actividades de comunicación que haga una organización estarán manifestando lo que se puede esperar de los productos o servicios de la compañía, así como lo que se puede esperar de la propia organización en cuanto tal, al hablar de sus características, funcionamiento o de las soluciones o beneficios que otorga. (Dr. Paúl Capriotti, 1999)

Esto, se relaciona, directamente con lo que la opinión de la ciudadanía tenga de la organización, la forma de comunicar su desempeño y que esto, a su vez, genere expectativas para que la empresa siga fortaleciendo este aspecto importante, ya que pocas empresas le dan la importancia que se merece; toda organización necesita crear expectativas propias de lo que brinda o vende y más aún cuando sus clientes directos son de la comunidad.

- La Comunicación Corporativa debe estar integrada: si reconocemos que existe una multitud de aspectos que se comunican en la organización, se debe cuidar de planificar, adecuadamente, todos aquellos aspectos para que exista una coherencia, un apoyo y reafirmación mutua entre las diferentes alternativas comunicativas. En muchas situaciones, debido a que existen “especialistas” en publicidad, relaciones públicas, marketing directo etc. (cada uno con su “manual”), la comunicación de una organización se termina fragmentando para dar cabida a las diferentes

disciplinas con sus correspondientes especialistas. (Dr. Paúl Capriotti, 1999)

En este caso, la comunicación corporativa se convierte en un conjunto de actividades que deben tener coherencia corporativa, es decir, que no se pierda el enfoque o el objetivo por el que fue creada y de esta manera, tener una mayor coherencia al momento de brindar los servicios y que estos a su vez sean, debidamente, aceptados por los clientes.

Es importante, enfatizar, que cada uno de los aspectos analizados de acuerdo al documento Comunicación Corporativa del Dr. Paul Capriotti hace entender que es necesario conocer de qué es generadora toda organización en cuanto a los servicios que presta, ya que muchas organizaciones pretenden vender un buen servicio en donde los clientes poseen un desconocimiento absoluto de los aspectos que brinda la organización, y la clave es que el público o cliente conozca los aspectos del servicio que se brinde.

Según, Verónica Rodríguez Rowe en el libro Comunicación Corporativa: un derecho y un deber, especifica que la Comunicación Corporativa debe cumplir con las premisas mencionadas para, realmente, aportar a quienes reciben la información, y que debe basarse en los valores de la comunicación institucional. (Rodríguez Rowe M. Verónica, 2008)

1.1.1.3 Comunicación Interna

La comunicación interna juega un papel fundamental dentro de una organización, puesto que, para cumplir con los objetivos estratégicos de dicha institución, es necesario compartir los valores, visión y objetivos entre los integrantes que forman parte de la misma; esto ayuda a que el personal laboral siga sus funciones de acuerdo a la estrategia corporativa y a su vez, que los medios utilizados para alcanzar el éxito sean logrados.

Según, Marco Arru de Córdoba, refiere que “el valor trascendental para alcanzar la excelencia de una organización es poner en común las ideas y opiniones, emociones y pensamientos, ya que en relación a la empresa se ha demostrado que la herramienta constructiva primordial para el éxito es la comunicación. La comunicación interna es de mucha ayuda a la empresa de manera que exterioriza los valores intangibles sobre los principios de la organización que son su mayor eficacia.

Verónica Rodríguez Rowe en su libro Comunicación Corporativa: un derecho y un deber, citado por García Jiménez señala que la gestión de la comunicación interna debe ser sostenida en principios incuestionables, prácticos e inspiradores de las decisiones, en donde se fortalece con la ineludibilidad, mediación, responsabilidad y adaptación. (Rodríguez Rowe M. Verónica, 2008)

Entre las características de la Comunicación Interna que se desenvuelven en una organización tenemos:

- Comunicación Descendente: Se basa en la comunicación del orden establecido para el proceso de las labores, la cultura organizacional y las normas de cómo realizarlas.

- Comunicación Ascendente: Se encarga de neutralizar el clima organizacional y llevar un registro de los niveles de participación, éste debe entrelazarse en medio de la comunicación descendente.

- **Comunicación Horizontal:** En ésta se desarrolla la parte dinámica de la organización, es decir, que está sustentada en la estructura interna de la comunicación en el que se ve el orden organizacional.

Una de las causas para que se generen los problemas en la comunicación interna, es la descoordinación de las personas que forman esta organización ya que no ayudan a la empresa sino que van a retrasar los procesos de desarrollo en cuanto al cumplimiento de los objetivos. Existen conflictos que se dan a conocer, fácilmente, según, Marco Arru de Córdoba como los que se citan a continuación:

1. Desorientación y dificultades de alineamiento del personal con la estrategia corporativa.

Cuando existe la mala comunicación, por parte, de autoridades de una empresa, se distorsiona el mensaje y por ende las líneas estratégicas dejan de ser claras, es por esto, que si no hay una buena relación comunicativa entre los activos de la empresa, cada cual hará las cosas a la manera que las entienda ya que sin un discurso de orientación quedaran confundidos.

2. Falta de colaboración y compromiso.

La falta de colaboración se da porque el personal que forma parte de la empresa, no se siente comprometido al cien por ciento con la organización y por ende su rendimiento no será bueno. La empresa realiza su mayor desempeño en definir los objetivos, estrategias como la misión y visión de la misma, pero, debido al mal funcionamiento de la comunicación, no se logrará el alineamiento del personal de acuerdo con las estrategias corporativa para el correcto resultado en el clima laboral.

3. Dificultades en la circulación de la información.

Al momento, en el que se adquiere una información que debe ser impartida al personal laboral, existen dificultades que distorsionan el mensaje dando como resultado la falta de productividad por parte de los mismos empleadores.

4. Profusión del rumor y de una cultura basada en la “confidencialidad” y la desconfianza.

Esta se da cuando los flujos de comunicación, sean éstos, de tipo ascendente, descendente, horizontal o transversal, no son transmitidos con propósito laboral sino que son partícipes de rumores que perjudican a otras personas, todo esto, desvía la atención y la normal gestión profesional.

5. Desprotección del talento.

Para desarrollar la protección de las personas que son de ayuda en cuanto al crecimiento de la empresa, es necesario tener muy en cuenta las destrezas de los trabajadores y su desempeño laboral ya que si estos son de confianza para la empresa, hay que procurar mantenerlos dentro, ya que será difícil encontrar un nuevo personal eficiente.

6. Desmotivación y pérdida de productividad.

Es necesario, tratar al personal, de manera que sienta que en realidad forma parte de una empresa ya que si sucede lo contrario, éste se sentirá desmotivado por parte de su misma empresa y, por lo tanto, no se desempeñará al máximo en sus labores.

7. Deterioro del clima laboral.

Si no existe el respeto en cuanto a las decisiones u opiniones del personal con el que se labora, cualquier tipo de acción puede ser tomada como ofensa y convertirse en un acto de rumores.

8. Escasez de oportunidades de desarrollo de habilidades colaborativas.

Debido, a que no existen muchas oportunidades que permitan al personal laboral demostrar sus habilidades y destrezas, no se desarrollan en ellos las habilidades que pueden llevar al mejoramiento de la empresa, muchas veces, esto sucede porque no se pone la entera confianza en el personal laboral. Los cambios socioeconómicos en el país requieren que las empresas se adapten a los procesos de cambios.

9. Falta de espacios de colaboración.

EL espacio laboral de las empresas es importante, en especial, porque necesitan incorporar nuevos departamentos para trabajar de manera más optativa, ya que de esta manera, el personal notará los cambios y crecimiento, por lo tanto, desarrollará un mayor desempeño laboral.

10. Dificultad para gestionar el conocimiento.

La dificultad para gestionar el conocimiento daña la integridad de la empresa, es por eso, que se necesita el cambio cultural para conservar el saber qué hacer en la compañía. Este proceso de cambios consiste en implantar nuevos hábitos culturales y proyectarse hacia organizaciones más abiertas en las que la comunicación éste a favor de la misma, esta comunicación empieza desde la parte interna de la empresa con la fácil adquisición de conocimiento.

11. Complejidad en la toma de decisiones efectivas.

Los nuevos departamentos que forman parte de la empresa, tienen la finalidad de generar un trabajo eficaz en un futuro, por lo tanto, se van a abastecer de equipos y sistematizaciones que satisfacen al cambio brusco de los mercados y las necesidades de los usuarios.

12. Falta de canales para llevar las necesidades que la gente tiene de expresarse.

Los usuarios deben tener en consideración la opinión de los colaboradores, para que, de esta manera, puedan recibir las opiniones y sugerencias para analizarlas y tomar las buenas ideas como punto a favor, que enriquezcan a la empresa y su desarrollo.

13. Pocas acciones para medir y monitorear las opiniones del personal.

Hoy en día, no se da mucha importancia a la canalización de las ideas u opiniones de los colaboradores y medición del clima; fomentar organismos de mediación será de gran ayuda por parte de los colaboradores teniendo en cuenta sus sugerencias.

Cada uno de estos aspectos, está dirigido a fortalecer la gestión formal de la comunicación corporativa vista de forma interna, en donde se deben considerar las características antes nombradas para poder desarrollar una excelente comunicación y que ésta pueda cubrir con las necesidades que tengan los clientes. Es de vital importancia, que la alta gerencia pueda enfocarse en establecer parámetros importantes para poder potenciar la comunicación interna, ya que es meritorio que la estructura orgánica conozca qué es lo que brinda, ya que existen en muchas organizaciones que sus empleados o jefes no conocen cuáles son los objetivos de la entidad donde laboran y peor aún, cuáles son sus funciones dentro de las mismas para poder cumplir con las metas propuestas.

1.1.1.4 Comunicación Externa

La comunicación externa es más práctica, debido a la rápida producción de la aceptación de ideas que se pone en práctica con la finalidad de mejorar el desarrollo y producción de la empresa, cumpliendo los

objetivos establecidos y proyectando un buen perfil en relación a la promoción de un bien o servicio analizando con recursos turísticos.

Es decir, que la comunicación externa tiene mucho que ver con la realización y llevar a cabo las opiniones, previamente, aceptadas por la empresa como datos, pautas, imágenes, etc. para mejorar su eficacia. Hay que recalcar, que para alcanzar los objetivos estratégicos, la institución debe ser reciproca con el cliente, de manera que les proporcione un producto que sea satisfactorio para sus necesidades y a su vez reciba información acerca de las variaciones en el aspecto socio-político y económico.

Para que la comunicación externa funcione, se debe obtener una comunicación directa y específica con el cliente, intermediario, proveedor, e incluso con los Medios de comunicación que ayudarán a conocer los productos de la empresa. Jorge Escobar Fernández refiere en su documento Comunicación Corporativa que “sin distinción de la labor que desempeñe una empresa sea éste: comercial, institucional, gubernamental, de producción educacional, etc. su objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes que, en todo caso, son los responsables de mantener la empresa. (Jorge Escobar Fernandez, 2008)

Es por ello, que es muy importante que toda entidad organizativa esté consciente que se debe a la comunidad, ya que gracias a ella, se puede determinar la demanda que tiene la organización en cuanto al consumo, por lo que, no es preciso desestimar el rol de la comunidad frente al logro por el que fue creada la organización.

La Comunicación Externa en relación al enfoque de servicio por el cual es creada según su naturaleza se divide en:

- **Comunicación Comercial:** Relaciones comunicativas que deben establecerse con el cliente, los proveedores, los competidores y los medios de comunicación.
- **Comunicación Pública:** Relaciones de obligatoriedad con el gobierno
- **Comunicación Intermedia:** Ámbitos internos y externos de identidad, finalidad y responsabilidad social.

1.1.1.5 Objetivos

La comunicación corporativa tiene como objetivo suplir las necesidades de la misma, es decir, desarrollarse de acuerdo al cumplimiento de los objetivos con los que está enfocada, para, de esa manera, alcanzar los logros establecidos por la misma y lograr la coherencia entre todos los colaboradores de la empresa, alcanzando la buena comunicación interna para obtener una información clara sobre el trabajo específico a realizar por parte de empleados.

Los objetivos de la comunicación corporativa de una organización están, básicamente, enfocados en la buena comunicación interna y externa, ya que esto es indispensable para llevar a cabo con efectividad el trabajo, debido a que si hay una buena comunicación, existirá el cumplimiento correspondiente de las actividades y de esta manera. impactar en la cultura y el clima organizacional; así, también, como el manejo adecuado de los canales formales e informales de los medios de comunicación.

1.1.1.6 Planificación

La planificación es la preparación previa al trabajo que se va a realizar a futuro, con fundamentaciones y propósitos específicos que ayuden a generar la buena comunicación. Parte del fortalecimiento de las

estrategias de comunicación e información dentro de la empresa y como segundo propósito, tiene generar el crecimiento y desarrollo organizacional de la empresa en cuanto a la comunicación; es decir, alcanzar con los objetivos propuestos por la institución ejecutándolos, correctamente.

El proceso de la planificación es, siempre, continuo, debido a que debe estar preparado para los cambios que se generan en su entorno laboral y a la adaptación inmediata de los mismos; como resultado de la planificación tenemos el buen empleo de las actividades correspondientes de cada departamento laboral y por ende el éxito organizacional de la empresa y su desarrollo.

Entre los objetivos principales de la planificación tenemos: la búsqueda del bienestar de la empresa y su desarrollo laboral, con la finalidad de alcanzar los objetivos establecidos por la institución. Pero, no hay que dejar de lado el funcionamiento actual de la empresa, es decir, que si se planifica para la mejora de la empresa en un futuro y se descuida la labor actual de la institución, se pueden generar repercusiones al momento de llegar a un fin, es por eso, que se necesita hacer una planificación con base a las necesidades presentes de la empresa.

1.1.1.7 Herramientas Comunicacionales

Las herramientas organizacionales tienen como función desarrollar una capacidad efectiva de diálogo por parte del personal de la empresa; también, genera el debate de interacción y comunicación y, definitivamente, de información. Para las empresas, las herramientas comunicacionales son la parte fundamental o la causa principal que ha ayudado al entorno organizacional a mejorar la comunicación, juntamente, con la labor del personal de trabajo.

De los tipos de herramientas utilizados en cuanto a la sincrónica están:

- Chat: Esta herramienta permite que la comunicación textual sea fluida y en tiempo real, es decir, que la comunicación va a ser precisa.
- Videoconferencia: Mediante la videoconferencia se puede lograr la comunicación no sólo a una persona sino a un grupo de determinado ya que es de fácil acceso.
- Notificaciones instantáneas: Facilita el proceso de comunicación textual ya que se realiza el mismo con más eficacia y rapidez.

Existen algunas estrategias en las que no es necesaria la presencia del receptor y de acuerdo con la Asincrónica tenemos:

- Correo electrónico
- Foros
- Noticias
- Calendarios
- Encuestas

1.2 Difusión de la actividad turística

Se denomina como difusión de la actividad turística, al proceso en el que se utilizan medios que ayudan a potenciar el poder turístico de un lugar determinado; es decir, que va a buscar, siempre, la manera o los recursos para dar a conocer a la comunidad la importancia de un lugar y sus bellezas de acuerdo a las organizaciones competentes el hecho de dar a conocer las localidades que necesitan ser explotados.

Existen algunos aspectos que se toma en cuenta, de acuerdo, a la difusión de la actividad turística:

- Implementar, de manera sistemática, en una localidad los recursos necesarios para dar a conocer sobre los aspectos importantes del lugar turístico.
- Generar acontecimientos de entretenimiento a la población para dar información sobre los aspectos turísticos del lugar y su importancia.
- Respaldar la categorización de todos los aspectos turísticos que sean de ayuda a dicha localidad, para que no se impida la accesibilidad en cuanto al costo sino que sea de fácil acceso.
- Cuidar la integridad del sitio turístico y todo lo que forma parte del mismo ya que debe ser de atracción de las personas.

1.1.2.1 Territorio

Se conoce como territorio a un área determinada de aspecto físico en el que se encuentra situados: personas, organización, institución o estado; es decir, que un territorio es el espacio comprendido en el que se establece una población con sus costumbres y tradiciones. Para una definición más científica, se determina como territorio al espacio físico-geográfico en el cual se desarrolla una comunidad determinada, en un entorno social y cultural que dependiendo de la población, irá evolucionando, buscando la mejoría de dicho territorio.

1.1.2.2 Actividades Comprensivas y Argumentativas

Las actividades Comprensivas están relacionadas en adquirir los conocimientos necesarios sobre una localidad turística, para impartir esta información a personas que se integran. Este tipo de actividades están

implícitas en brindar una información coherente respaldada por la adquisición de conocimiento perceptual y léxico e incluso conocimiento general que se refiera, únicamente, a la vida turística que ayude a la reserva.

Las actividades Argumentativas son más analíticas, ya que gracias, a la información conceptual adquirida se obtendrán opiniones que sean de transmisión a otros, pero, con su correspondiente argumento. Esto nos ayuda a percibir la información desde un punto de vista más personalizado y crítico.

Ambos tipos de actividades juntos, forman un desarrollo de transmisión del impulso turístico con el fin de dar a conocer los aspectos conceptuales de la localidad turística y también una opinión crítica de la misma.

1.1.2.3 Conocimientos

El conocimiento es el conjunto de información, ideas o pensamientos que un individuo adquiere. Esta serie de hechos que es adquirida mediante un proceso continuo de enseñanza y aprendizaje, va a permitir que se desarrolle un proceso cognitivo más eficaz. El conocimiento, básicamente, se relaciona con la realidad ya que al relacionarse con otras personas se está mostrando un criterio de veracidad y, de esta manera, se evalúa el coeficiente intelectual de cada ser.

El conocimiento, en cuanto a la comunicación corporativa, se relaciona mucho con el personal que labora en la empresa y su rápida habilidad para acoplarse a cambios; en este caso, será de ayuda al momento en que utilicen sus conocimientos para el enriquecimiento de la Institución, en cuanto, al cumplimiento de los objetivos establecidos.

1.1.2.4 Receptor

Se define como receptor a la persona que recibe un mensaje, por parte de un emisor, por cualquier medio, como oral, escrito, mímico o simbólico que va a ser captado y comprendido por el receptor para su análisis y ejecución, de acuerdo, a las apreciaciones que se obtengan de los resultados de la misma, con respecto a la percepción. Es importante, que el receptor conozca cuáles son los parámetros que se debe considerar en una comunicación.

Cuando un receptor es partícipe de captar una información, debe estar presto a emitir la misma información que recibió sin cambiar el formato del texto, ni añadir otro tipo de información, ya que se debe tener en consideración que la persona que reciba el mensaje, tendrá que interpretarlo y asimilarlo de manera que sea entendible para los próximos receptores, sin generar malos criterios por parte de los receptores.

1.1.2.5 Desarrollo económico

El desarrollo económico tiene como finalidad implantar nuevas estrategias en un país, ciudad o región, para alcanzar el enriquecimiento y el desarrollo organizacional, con el objetivo de hacer que una localidad sea abastecida de implementos que suplan las necesidades básicas de los pobladores, para que, continuamente, se cree un bienestar económico y social de los habitantes.

Ya que el progreso económico se encarga de promover el desarrollo de una localidad y mantener la prosperidad junto con el bienestar económico, que en un futuro ayudará a mantener procesos de acumulación del capital.

El análisis del desarrollo económico es de mucha importancia, ya que nos permite conocer cómo se establece un mejoramiento económico en una población, pero, sobre todo cómo permitir que este desarrollo sea permanente y que dicha localidad no decaiga; es por ello, que es uno de los indicadores de resultados y de procedimientos, que si existe un buen desarrollo económico, se va a fortalecer la actividad turística y enriquecer a la localidad.

1.3 MARCO REFERENCIAL

La provincia de Santa Elena cuenta con muchos atractivos turísticos y comunidades y una de ellas es la comuna Loma Alta, la misma que está ubicada al Norte de la Península de Santa Elena en las faldas de la cordillera Chongón Colonche; de Norte a Sur se encuentra bañada por el río California, el mismo que ha permitido desarrollar la agricultura, constituyendo su principal sustento económico.

Fue fundada en 1937, un 10 de enero, reconocida mediante Acuerdo Ministerial N 0224 del 6 de marzo de 1939, su territorio abarca un total de 6.642 Has; la comuna en su inicio estuvo constituido por Loma Alta, y el Suspiro y, posteriormente, por las comunidades de la Unión y la Ponga.

Loma Alta, conocida, anteriormente, como Los Bajos, desde su inicio ha sido, el Centro político y administrativo de la Comuna, fue poblado en 1.920 por varias familias; entre ellos se recuerde a la familia de Manuel Baldomero Tomalá, Rafael Catuto y Francisco Benavides Guale esta información fue tomada del libro “Las Lomas Altas y sus tierras comunales” escrito por un ex dirigente de la comunidad Loma Alta el Sr. Rutilio Mariano De la A Catuto creado el 20 de abril del 2011.

Su primer Cabildo de 1.937 estuvo presidido por el Sr. Roberto Rosales, quien vino procedente de Puerto Cayo Provincia de Manabi, casado con doña Virginia Tomalá, su periodo administrativo duró hasta el año 1939 y su obra de mayor importancia fue el reconocimiento de la Personería Jurídica de la Comuna. En 1.984 se creó el Dispensario Médico del Seguro Social Campesino.

Dentro de esta comunidad, se encuentra, la Reserva Ecológica Comunal de Loma Alta, localizada en la cordillera Chongón-Colonche, al sur del Parque Nacional Machalilla, aproximadamente, a 10 km de la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena. La Reserva fue establecida por la misma comuna, como unidad para proteger las fuentes de agua y para evitar invasiones y pérdidas de tierras. La Reserva incluye áreas de bosque de neblina o de garúa, así como bosques secundarios y áreas en regeneración. En las partes más bajas de la cordillera, la vegetación es seca.

Los tiempos de invierno y humedad en las zonas boscosas son más frecuentes en los meses de Junio hasta Octubre. La producción agrícola de esta localidad es de cultivos de ciclo corto; la cría de aves de corral y ganado vacuno se la realiza para la subsistencia de los pobladores; es por esto, que, aproximadamente, 500 hectáreas de esta reserva son del trabajo del cultivo de la paja toquilla, que tiene un proceso de comercialización, por parte, de los pobladores. Desde que ésta se denominó Reserva los pobladores de la comuna Loma Alta, establecieron una política que les permitió seguir con sus labores dentro de la misma.

La comuna de Loma Alta está a cargo de la Reserva y es, por esto, que para el desarrollo y mantenimiento de la misma, están asignando nuevas tierras que formarán parte del trabajo para la conservación; es por eso, que se han realizado cursos de capacitación para que los pobladores tengan conocimiento de cómo mantener la reserva.

La Fundación "Aves Ecuador", durante este período, se comprometió con la reserva de Loma Alta firmando un Acuerdo en el que consta la cooperación para que se lleven a cabo todos los proyectos de conservación y desarrollo de la reserva, incluyendo su presentación y

turismo. A partir del año 1995 se mantiene una investigación acerca de la mantención de las aves que son parte de una reserva ecológica, en cuanto a la vivencia en lugares húmedos por parte de la universidad C. D. Becker de Kansas. Todas estas indagaciones están respaldadas por Earthwatch Organization Hilgert y Benavides que investigó sobre la fauna de la reserva y C. Elao quien a 400 y 600 m de altitud indagó sobre la variedad de plantas existentes en la región.

1.4 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

En relación a este tema, se respaldan las siguientes fundamentaciones que fortalecen los contenidos científicos de la unidad de análisis; entre ellas tenemos:

1.4.1 Fundamentación Filosófica

Al referirse al aspecto de la comunicación dentro de la sociedad o comuna, se puede identificar como un acto propio del ser humano, en el que se vincula el ambiente social y el desarrollo del conocimiento abstracto, que se concibe en el ente cognitivo. El filósofo Platón manifestó que “la comunicación es un hecho social que gira en el entorno socio-humanístico donde se desarrolla al mismo tiempo la especie humana, en consideración con las apreciaciones antropológicas.

De acuerdo, a las concepciones teóricas en el punto de vista filosófico, se puede identificar que en la Comuna Loma Alta, el crecimiento poblacional va en aumento y por ende, se necesita rediseñar estrategias comunicacionales con el único fin de poder llegar al hombre, como ente humano, y con goce de sus derechos, el de poder recibir una información para el beneficio de su entorno y de sí mismo.

1.4.2 Fundamentación Psicológica

La comunicación como parte formativa del hombre se desarrolla en el pensamiento psíquico, en donde se establecen los esquemas de conocimientos, mediante la teoría conductista, respaldada por valiosos analistas como Bruner y Bandura, que en relación al aprendizaje que debe adquirir el hombre, existe una influencia del comportamiento del hombre, frente a la manera de asimilar la gama de conocimientos y cómo influye en el aprendizaje.

En relación al aprendizaje, considerado como un proceso influyente en el esquema mental del ser humano, las teorías sostenidas por Bruner y Bandura consideran a la comunicación como un proceso implicado en la adquisición de los conocimientos y las interacciones que se producen entre los diferentes elementos del entorno.

Con el fortalecimiento de la comunicación corporativa, para la correcta difusión de la actividad turística de la Comuna Loma Alta, será posible conocer la conducta y reacción de la comunidad, referente a la efectiva comunicación sobre las actividades, lo que reflejará su comportamiento, la capacidad de interpretar, actitudes corporales, aprendizaje y su lenguaje con base a la comunicación.

1.4.3 Fundamentación Sociológica

La sociedad se ve inmersa, actualmente, en un acelerado crecimiento de estructuras comunicacionales, que permiten que el hombre como parte importante de la sociedad pueda involucrarse a ella, mediante la comunicación, pueda ser ésta: personal o masiva. El lenguaje desde una representación sociolingüística no sólo es un propósito, sino, que gracias, a los filósofos quienes abarcan desde una apariencia de la

corrección en la utilización de su habla, también, interviene en la sociología de la comunicación.

Según, la afirmación de Maximiliano Fernández (2010), en su artículo “Tradición y estudios actuales de la sociología de la comunicación” describe que la comunicación es trascendental para que la información llegue de forma correcta, bajo una misma línea de intención que es el de transmitir conocimientos sean éstos basados en teorías o estudios científicos.

1.4.4 Fundamentación Pedagógica

Al momento de la concepción humana, se establece un vínculo de comunicación entre el ser humano con el mundo al que va a estar expuesto, de allí, se hace necesario que exista una comunicación basada en establecer una relación intrínseca y a la vez cognitiva, ya que el ser humano desde sus inicios propende el proceso enseñanza-aprendizaje basado en la aplicación de conocimientos, mediante la comunicación.

La comunicación interpersonal es un proceso en el que se integran distintas capacidades de respuestas, ya sean éstas verbales, no-verbales, perceptivas y cognitivas. Estas capacidades de respuestas pueden ser aprendidas y/o modificables mediante el entrenamiento; por ello, es que la comunicación para que pueda convertirse en un elemento dinamizador y generador de procesos de innovación, es importante que exista y que sea de la forma adecuada y apropiada.

1.5 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Comunidad.- una comunidad se encuentra integrada por un grupo de personas, que tienen en común diversos elementos y todos están bajo

un mismo objetivo por alcanzar el desarrollo de la localidad.

Comunidad Rural.- Ésta compuesta por *individuos que habitan y realizan sus actividades en lugares apartados de la ciudad como en el campo*, sus actividades principales son la siembra y la ganadería, son localidades que están en desarrollo. En estos sectores los servicios básicos son escasos y esto, es el impedimento para que no exista un buen desarrollo de las comunidades rurales.

Comunicación.- El proceso comunicativo implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso, luego, se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo). (<http://definicion.de/comunicacion/>)

Comunicación Corporativa.- Se considera a la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar, efectivamente, a sus Públicos. Es decir, la Comunicación Corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma. (Dr. Raúl Capriotti, 1999)

Desarrollo Económico.- Es la capacidad de utilizar todos los recursos que se tiene en una determinada región, para poder consolidar y obtener ganancias. A fin de que la localidad pueda tener un mejor desarrollo, promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

Difusión.- Es la forma que implica dar a conocer, a través de diversos elementos una información, por ejemplo, la difusión de un video, un tríptico, hojas volantes etc.

Identificación Corporativa.- El logo es un principal elemento con lo que debe contar una empresa para dar a conocer su identidad corporativa. Este elemento, parece muy sencillo y con menos importancia, el logo es la marca, es la identidad que representa a la empresa y sus clientes, para diferenciarla de los demás.

Participación Ciudadana.- Es un derecho humano fundamental, para el involucramiento ciudadano que garantiza la acción deliberada, tanto de manera individual como colectiva, a través de los distintos mecanismos e instrumentos contenidos en la Constitución Política y la Ley; también, se debe considerar que la participación ciudadana involucre no sólo a los pueblos y nacionalidades, sino a los gobiernos y a los Medios de comunicación mejorando la calidad de vida de la población.

Recursos turísticos.- Todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos esencialmente de ocio.

1.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En relación con el tema tenemos dos marcos legales que serán de gran utilidad, considerando ponerlo de forma textual como se describe cada ley para poder entender el respaldo al tema; éstos son;

- Constitución Política del Ecuador
- Ley de Comunicación
- Ley de Comuna del Ecuador

En cuanto al marco legal, de lo que se ha establecido a la comunicación e información como un derecho, de acuerdo a la **Constitución Política del Ecuador del 2008**, en la Sección Tercera, en el Artículo 16 declara que: las personas sea de forma individual y colectiva, gozan de los derechos de tener una comunicación libre, intercultural, incluyente y que sea participativa.

Además, tienen el derecho al acceso de la tecnología de la información y la comunicación, y poder crear medios de comunicación social que de forma responsable pueda establecer un canal que transmita de forma responsable y técnica la información que se produce en beneficio de la colectividad. También, pueden participar en el campo de la comunicación en todos los ámbitos. (Constitución Política del Ecuador, 2008)

En el Artículo 17, de la misma Constitución se fomenta la pluralidad y la diversidad en el poder recibir y transmitir la comunicación; en efecto, se garantiza la igualdad de condiciones para la gestión de estaciones de los medios de comunicación sean éstos públicos o privados y que en cuanto a su objetivo por el que son creados precautelarse que se aplique para el interés colectivo. Y por último, y que es de gran respaldo para el tema de

análisis, es que no existirán ni monopolios ni oligopolios en cuanto al uso de las frecuencias. (Constitución Política del Ecuador, 2008)

En el Artículo 18, se respalda en cuanto al derecho de recibir una comunicación, mediante, una difusión veraz, oportuna, contextualizada, pluralista y sin censura previa de los hechos o acontecimiento de interés general y que se pueda tratar con responsabilidad ulterior. Otro de los parámetros de este presente artículo que fortalece la investigación del tema y poder encontrar las soluciones oportunas, es el de acceder, libremente, a la información que generan las entidades gubernamentales, que manejan fondos y recursos públicos, sin reserva de poder conocer sobre la forma de organización, claro está, que existen excepciones que deben ser respaldadas por la Ley de comunicación.

De acuerdo a la **Ley de Comunicación del Ecuador**, en el Título I, de las Disposiciones Preliminares y Definiciones, en el Artículo 3 se conceptualiza la comunicación como un contenido de la información u opinión, que produzca, reciba, difunda e intercambie mediante los medios de transmisión, de comunicación.

En el Artículo 7, se considera la relevancia de la información pública como un derecho de interés general, donde se deben considerar los parámetros que califiquen a la información de relevante y que es de interés pública general, tomando en cuenta que, por medio de esta información no se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionales prescritos en la ley.

En el Artículo 8, hace referencia a la Prevalencia en la difusión de contenidos, es decir, que los contenidos que se transmitan deben tener

las características de informativo, cultural y educativo, también, la comunicación que se recibe debe tener la calidad del cumplimiento de sus objetivos, es decir, para qué fueron creados y el impacto que provoca en la vida de una población o región.

Al considerar que la Ley de comunicación actual, respalda que la información que se trasmite sea de forma veraz y relevante, el Artículo 22 del Título II de los Principios y Derechos, en el Capítulo II de los Derechos a la Comunicación ratifica que: la comunicación en todos los ámbitos donde se origine debe ser verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

En relación a la Ley de Comuna del Ecuador, Título II de la Organización Comunal, se respalda el origen de la comuna, sus fines por la que han sido creadas y sus objetivos en beneficio de una población específica. Por ello, en el Artículo 5 se describe a la Comuna como una organización social formada por personas que comparten: costumbres, tradiciones, prácticas sociales y productivas, y que tienen una relación de alta pertinencia grupal.

Cuenta, además, con su propia jurisdicción, sobre la cual se asientan las funciones administrativas, territoriales y jurisdiccionales, y que su creación es respaldada en las leyes ecuatorianas proyectadas en beneficiar a una población específica en su accionar sobre la base de los Derechos Colectivos contemplados en los Derechos Humanos, Universales, derechos, tanto individuales como sociales.

En el Artículo 11, se refiere al derecho que poseen las Comunas para acceder al Sistema de Educación que permite fortalecer su identidad cultural, lo que faculta el cuidado y preserva las entidades, en cuanto a las metodologías de enseñanza y aprendizaje.

Cada uno de estos artículos, respaldan el proceso de análisis del tema como es la comunicación corporativa para la difusión turística de la Comuna Loma Alta; y que al realizar la propuesta respectiva faculta en el aspecto legal el poder hacerlo para obtener resultados en beneficio de la comuna.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Enfoque investigativo

De acuerdo, al Proyecto de Investigación sobre “La Comunicación Corporativa y su efecto en la difusión de la Actividad Turística en la Comuna Loma Alta”, se puede identificar el grado alto de factibilidad, debido a que en este sector de la provincia de Santa Elena, se ha identificado una baja actividad turística debido a la poca difusión de los atractivos turísticos, y que, por medio, del análisis respectivo se conocerá las debilidades en esta área de análisis.

Seguido a esto, se puede determinar la metodología que se utilizará para poder analizar más a fondo la problemática y por ende, determinar una propuesta que ayude a mejorar la actividad turística en la Comuna Loma Alta, ya que cuenta con atractivos ecológicos que pueden ser conocidos dentro y fuera de la región.

La presente metodología nos va a ayudar a permitir identificar los indicadores que serán puntos claves para desarrollar la propuesta, y aplicables en cualquier ámbito educativo, debido a que el desarrollo de la metodología se basa en datos reales y precisos que no distorsionan el enfoque investigativo sino más bien, que fortalecen los objetivos planteados para su cumplimiento.

2.2 Metodología

La metodología se refiere al conjunto de métodos y técnicas que se utilizan en un proceso de investigación; el proceso de implementar una buena metodología permitirá la validación de resultados, contribuirá a identificar los indicadores que respalden la propuesta y que ésta a su vez pueda permitir las respectivas alternativas de soluciones para poder tratar con la problemática.

La metodología específica para el siguiente proyecto se basa en los procesos que se debe seguir basándose en información relevante recibida por los mismos ejes de la problemática como son: los habitantes, directivos y socios internos, lo que permitirá obtener un diagnóstico no viciado de argumentos falsos sino, más bien, conocer en realidad los puntos de vistas de los actores.

En relación a los métodos identificados, cabe recalcar que cada uno de ellos se lo realizará de forma individual, aunque en ocasiones, también, se necesitará unificar los métodos ya que es necesario fusionarlos para tener mejores resultados, por ello se identifican los siguientes:

- ❖ **Método Deductivo.-** Es una de las formas de razonamiento lógico, en el que gira el pensamiento del hombre a conclusiones regidas por reglas generalizadas y que muchas de ellas se basan en una realidad clara y sostenida en una verdad absoluta. Además, por medio de este método se permitirá conocer el enfoque a partir de lo general a lo particular, por ello, es que al referir el tema de análisis, se va a analizar sobre la forma de transmitir la información turística hasta que pueda generar una buena comunicación corporativa.

- ❖ **Método inductivo.**- El método inductivo, permite seguir pasos para poder sacar conclusiones del mismo, involucra el hecho de conocer la información base para poder enriquecer el proceso de investigación; resumiendo las palabras de Mill (1973), este método comienza con la observación de los hechos, de forma libre y carente de prejuicios, posteriormente, y dependiendo de la inferencia se plantean teorías que están basadas en leyes universales sobre los hechos. Cuando se emplea como instrumento de trabajo, es un procedimiento en el que, comenzando por los datos, se acaba llegando a la teoría. Por tanto, se asciende de lo particular a lo general.

- ❖ **Método Inductivo-Deductivo.**- El principio de este tipo de método permite establecer la alternativa de dos vías de análisis, que pueden permitir acercarnos al entendimiento de la realidad. Este método permite establecer cuatro parámetros de aplicación que ayudan a obtener la información fidedigna basada en la experimentación, comparación, abstracción y generalización. Es necesario, aplicar este tipo de método en la investigación presente, debido a que es necesario analizar cada una de los factores que inciden en el problema así como establecer la dimensión de la problemática y su efecto en la información turística que debe tener la Comuna Loma Alta.

2.3 Diseño de la investigación.

En el proceso se deben considerar las dos áreas de investigación; ya que existen factores que no son medibles de forma numéricos y que es necesario realizarlo de forma cualitativa. Entre las clases de investigaciones tenemos:

- ❖ **Investigación cuantitativa.** Permitirá examinar los datos de manera científica, o más, específicamente, en forma numérica, generalmente, con ayuda de herramientas del campo de la estadística. Este tipo de investigación, nos facilitará la claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber, exactamente, dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo de incidencia existe entre los datos numéricos y la realidad. En este caso, se identifica la cantidad de aceptación que presentan el entorno turístico en la Comuna Loma Alta.

- ❖ **Investigación cualitativa.-** Permitirá analizar la aplicación de la investigación que se basa en analizar las cualidades y comportamiento que tienen las autoridades en relación a la comunicación corporativa que deben poseer para potenciar el recurso turístico en la Comuna Loma Alta. Para poder describir una realidad y explicar razones de los diferentes aspectos que involucra el problema, es necesario aplicar este tipo de investigación.

2.4 Modalidad de la investigación

La modalidad que se utilizó para la recopilación de la información en este trabajo, fue la investigación de campo, en donde se establecen los criterios que permiten asegurar la utilización óptima de los recursos que se han empleado en el proceso de investigación.

2.5 Tipo de investigación

Para poder tener resultados relevantes y que sirvan de base para identificar los indicadores que fortalezcan la propuesta, es necesario aplicar los siguientes tipos de investigación, que no es preciso que se los aplique de forma ordenada, ya que cada uno de ellos tiene un objetivo individual pero que aportan a los criterios para permitir las soluciones posibles:

2.5.1 La Investigación De Campo

En la modalidad de la investigación exploratoria o de campo, es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido, suficientemente, estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos.

Mediante, este tipo de investigación, se permite establecer una medición de los datos que se han recopilado por medio de la observación, y que son obtenidos de forma secuencial a la medida de lo que se ha observado; según, Carlos Sabino deduce que la investigación de campo se basa en la realidad misma donde ocurren los hechos, permitiendo al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos, en este caso, por medio de este tipo de investigación, se podrán conocer los aspectos que inciden de forma directa en la escasa comunicación corporativa que tienen las autoridades para poder difundir de forma correcta la actividad turística en la Comuna Loma Alta.

2.5.2 La entrevista

Para poder hacer un diagnóstico bien minucioso de cómo está en realidad el problema, es importante establecer preguntas dentro de una entrevista que perjudique la información que se necesita. Mediante la entrevista a los directivos y socios de la Comuna Loma Alta, se detectará aspectos relevantes sobre la problemática en estudio; se determinarán los diferentes aspectos que comprenden los causales de la falta de impulso turístico que es escasa en la unidad de análisis.

Las entrevistas profundas son una forma no estructurada e indirecta de obtener información, pero a diferencia de las sesiones de grupo, las entrevistas profundas se realizan a las personas que conocen de fondo la situación y que de acuerdo a las preguntas que son dirigidas, se pueden obtener resultados propios de las investigaciones para afirmar las deducciones antes planteadas. Según Garza, la entrevista permite recopilar testimonios de los involucrados por medio de las respuestas de una línea de preguntas que tienen el objetivo de buscar la información que se necesita para poder representarla en las alternativas posibles.

2.5.3 Observación.

Es uno de los procesos de la investigación que no trabaja con lo subjetivo, sino más bien, con una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes, de acuerdo, con algún esquema previsto y de acuerdo a los aspectos a evaluar. A través de la observación, se identifican los aspectos que llevan a tomar juicios y decisiones en base a lo que se ha observado, en este caso, en la Comuna Loma Alta se ha identificado la falta de la comunicación corporativa para que exista una verdadera difusión turística.

2.5.4 Investigación bibliográfica.

Con el trabajo de investigación realizado, se obtuvo información valiosa y confiable que nos demuestra de una manera mucho más profunda cual es la verdadera situación que enfrenta la Comuna Loma Alta, en cuanto a sus directivos de potenciar las áreas turísticas. Se recolectó información primaria y secundaria para realizar un análisis minucioso de los factores que inciden en él, la poca aplicación de este tema de análisis, como tema central de este trabajo de investigación.

2.6 Población y muestra

2.6.1 Población.

La población se identifica como “el conjunto de todos los individuos, objetos, personas, eventos, etc. en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio” (Latorre, Rincón y Arnal, 2003). El individuo, en este significado, hace referencia a cada uno de los elementos de los que se obtiene la información.

En relación a la Comuna Loma Alta y concerniente al tema de investigación, se puede identificar tres ejes importantes en donde radica la problemática y que son cuantificados en el siguiente cuadro de población:

- Habitantes.
- Directivos.

Cuadro N.- 2

SELECCIÓN DE POBLACIÓN	
ESTRATO	CANTIDAD
Habitantes	1800
Directivos	2
TOTAL	1.800

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e
Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

2.6.2 Muestra.

La muestra es aquella parte representativa de la población, o considerado como el subconjunto del conjunto población. Existen autores que, consideran a la muestra desde dos puntos de vista. La una como muestra con enfoque cualitativo y la otra como muestra cuantitativa. Según Hernández R. Fernández C. (2003).

Para identificar la muestra, se aplicará la siguiente formula:

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

Simbología:

n = tamaño de la muestra

e = error admisible

N = tamaño de la población

n= 1800

0.0025(1800-1)+1

$$n = \frac{1800}{0.0025(1799)+1}$$

$$n = \frac{1800}{4.4975+1}$$

$$n = \frac{1800}{5.4975}$$

$$n = 327$$

Cuadro N.- 3

SELECCIÓN DE MUESTRA	
ESTRATO	CANTIDAD
Habitantes	327
Directivos	2
TOTAL	329

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e
Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

2.7 Técnicas e instrumentos de la investigación

Para que la investigación realizada sea exitosa, es importante estar al tanto de los datos de la misma, y para esto, se debe tomar en cuenta destrezas para que la información conseguida sea la más acertada. La técnica es un instrumento, que facilita el proceso de la indagación en la

investigación. Considerando los objetivos de la investigación en el trabajo se utilizará técnicas de tipo documental y de campo.

2.7.1 Documental

Lectura Científica: está técnica permitirá extender el conocimiento en estudio, y realizar las propias conclusiones que permitan profundizar el perfeccionamiento de la investigación y plantear la propuesta para sus posibles soluciones. Análisis de contenido, Redacción. Este es un aspecto de vital importancia ya que aquí se moldeará la información que se está investigando, se podrá contar con análisis y conclusiones propias sobre los datos obtenidos.

2.7.2 Campo

Observación; Esta técnica es importante, ya que se palpará, claramente, el contexto en la que se encuentra el estudio, además, por medio de esta técnica podemos ver de manera directa la problemática y el impacto que provocará la propuesta, tanto en el nivel social como competitivo.

2.7.3 Entrevista.

Estas serán pláticas directas entre el investigador y los beneficiados por el tema de investigación; la información que se facilite ayudará a los resultados del estudio. Cabe recalcar, que las entrevistas sólo se realizarán a las personas competentes en esta propuesta, no a toda la población, ya que sólo de la muestra se obtendrán resultados confiables.

2.7.4 Encuesta.

Con este material la información será especificada y a través de datos estadísticos, se podrá medir y considerar los factores que influyen en la problemática en estudio. Las encuestas a realizar tendrán la metodología de tener tanto preguntas abiertas como preguntas cerradas, de alternativas. De acuerdo a las alternativas tendremos: Si, No, Poco, No Sabe.

2.8 Plan de recolección de información

Los instrumentos de evaluación que nos ayudarán a recopilar la información serán a través de las encuestas, las mismas que serán dirigidas a los involucrados en la problemática como son:

- Habitantes.
- Directivos.

La Técnica que se utilizará para las respuestas a nuestras preguntas se determinarán a través de preguntas dicotómicas, de alternativas y de grados de indicadores, es decir, preguntas cerradas, ya que no se le dará al encuestado el de ampliar una pregunta sino, directamente, responder de acuerdo a indicadores que presentamos a continuación:

Si

No

No Sabe

2.9 Plan de procedimiento de la investigación

De acuerdo, al procedimiento para obtener resultados, se los realizará de la siguiente manera:

1. Elaboración de una tabla de tabulación de datos, donde se irá realizando la recolección de datos; cabe recalcar, que como son tres ejes donde va dirigida la investigación, se elaborarán tres cuadros de tabulación.
2. Además se considera establecer el grado porcentual de cada una de las preguntas para poder conocer la dimensión de aceptación de cada interrogación frente a nuestra propuesta.
3. Mediante un GRÁFICO de pastel, se consideran los grados de cada pregunta para su mejor comprensión y visualización de los resultados que se obtengan.
4. Y por último, mediante un análisis crítico poder determinar la relación que existe entre las preguntas frente a la propuesta y por ende determinar su grado de factibilidad.

De acuerdo, a las consideraciones, se establecerá un proceso de análisis general donde se identificarán los indicadores detectados en cada pregunta para poder generalizarlos y sacar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA COMUNA LOMA ALTA “DON WILSON TOMALÁ”

1) ¿La comuna Loma Alta tiene espacios para la participación ciudadana?

La Comuna si tiene espacios para la participación ciudadana, tenemos esta casa comunal, tenemos el centro de interpretación, tenemos espacios que pueden entrar a la bromona, donde hemos construido una cabaña hay también hay espacios donde participe la ciudadanía.

2) ¿Existen programas o proyectos donde participe la ciudadanía en la difusión de las actividades turísticas de la Comuna Loma Alta?

Si se han dado talleres para que puedan aprovechar los recursos naturales como la reserva que es una actividad turística.

3) ¿Qué estrategias utilizan para difundir la actividad turística en Loma Alta?

Ahora tratando de dar talleres a la gente, que conozcan realmente lo que es la reserva y lo que da la reserva, por ejemplo tenemos un recurso que casi no se lo está aprovechando que es la caña o bambú como lo llaman, entonces en base a eso se están realizando talleres para que la gente

misma construya sus muebles, construya una cama, etc. y están conociendo y sepan lo que es la reserva y lo que produce y que hay que cuidar.

4) ¿Existe la planificación para poder difundir los atractivos turísticos que posee la Comuna Loma Alta?

Hasta ahora no existe una planificación para poder difundir los atractivos turísticos

5) ¿Usted cree que el trabajo que está realizando es aprobado por la ciudadanía?

Lo que se llama control y protección de lo que es la reserva y lo que es el bosque sí, es un fundamento, la gente sabe que eso no se toca y es una política que se aplica y la gente tiene que aceptarla, en su mayoría lo acepta, tal vez el 1% por que nunca nada es el 100%, por lo menos se tiene la gran intención de cuidar y proteger el bosque.

6) ¿Qué tipo de estrategia utiliza la comuna Loma Alta para capacitar en temas turísticos a la ciudadanía?

Las estrategias por ejemplo aprovechando las entidades gubernamentales como la universidades, formando convenios para que nos den capacitaciones y realizar todo tipo de proyectos y la gente que asista sin que le cueste un solo centavo.

7) ¿Considera usted que el personal que labora en la Comuna Loma Alta está debidamente, preparado para la difusión turística?

En parte, porque necesitamos actualizarnos pero si tenemos cuatro guardias que se encargan y a la vez hacen de guías turísticos, pero en realidad un grupo que haya realmente capacitado no.

8) ¿y de parte de los GAD han recibido ayuda?

De los gobiernos autónomos no, es como se dice Loma Alta tiene que ver por sus propios problemas, tiene que salir a como dé lugar y de esa manera se ha hecho durante tantos años, de lo que realmente tiene Loma Alta es el esfuerzo de sus comuneros, el esfuerzo de su propia gente, ayuda gubernamental no, a veces de ONG llega como Estados Unidos o de otras organizaciones.

9) ¿Cree usted que la implementación de un video promocional fortalecerá la imagen de Loma Alta?

Sería bueno porque difusión y comunicación van de la mano entonces sería formidable.

10) ¿Los recursos con los que cuenta Loma Alta son suficientes para impulsar la actividad turística de la Comuna?

En lo que es conservación sí, hay un diamante en bruto como siempre lo dicen lo que es la reserva, innumerables estudios se han realizado y es una riqueza que hay allá.

11) ¿Cuál cree usted que es la mayor fortaleza de la comuna Loma Alta?

La mayor fortaleza de la comuna Loma Alta es la reserva y la gente que se dedica a la agricultura.

12) ¿Cuál cree usted que es la mayor amenaza de la comuna Loma Alta?

Los conflictos con terratenientes, ese es el mayor conflicto que hay, en parte una parte minúscula bajo porcentaje personas de otro lado que ingresan a la reserva sin permiso por lo extenso de la reserva no se puede cubrir al 100%

13) ¿Cuál cree usted que es la mayor debilidad de la comuna Loma Alta?

La mayor debilidad es ser tan confiando y no reclamar con derechos digamos principalmente al estado lo que deben dar por mandato de la constitución.

14) ¿Cuál cree usted que son las oportunidades de la comuna Loma Alta?

Las oportunidades que tiene esta comuna es aprovechar los compromisos que se tienen, inclusive con la UPSE, se ha trabajado programas con otras universidades como la UTE y la Universidad de Guayaquil.

15) ¿Usted considera que si se realiza un documental sobre la Reserva Ecológica ayudaría?

Por supuesto en realidad el documental seria de una manera generalizada amplia y bien detallada.

3.2 ANÁLISIS DE ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE COMUNA LOMA ALTA DON WILSON TOMALÁ.

Para poder fortalecer el desarrollo turístico dentro de la Comuna Loma Alta, es de vital importancia que dentro de ella exista participación por parte del cabildo y sus habitantes, para ello el Sr. Wilson Tomalá considera que ellos cuentan con lugares donde los miembros de su comunidad puedan dar a conocer sus inquietudes.

Una de las estrategias que han realizado los dirigentes a su comunidad, es brindar talleres para que adquieran conocimientos sobre los recursos naturales con los que cuentan y puedan aprovecharlos, puesto que sería una de las alternativas para poder desarrollarse turísticamente.

Aunque este sector tiene una gran debilidad, no contar una planificación para poder difundir sus atractivos turísticos, también la falta de control con las personas que quieren apropiarse de las tierras y personas que ingresan a la reserva sin permiso, debido a lo extenso del lugar

Mediante el análisis de la entrevista nos damos cuenta que es de vital importancia que este sector se reconocido dentro y fuera del país, de esta manera aporta a su desarrollo económico e aquí que es indispensable la creación del video promocional expuesto en la propuesta.

3.3 ENTREVISTA DIRIGIDA AL SÍNDICO DE LA COMUNA LOMA ALTA EL SR, GUSTAVO DE LA A.

1. ¿La comuna Loma Alta tiene espacios para la participación ciudadana?

Se están generando espacios pero debe de ser mediante la acogida partiendo de la dirigencia para que esos espacios de dialogo y emprendimiento sean primero comprendido por la gente para que luego participen

2. ¿Existen programas o proyectos donde participe la ciudadanía en la difusión de las actividades turísticas de la Comuna Loma Alta?

Si dentro de las actividades por lo general en nuestra comunidad a través de las asambleas comunales existe la participación de la gente en diversos temas turísticos, agricultura.

3. ¿Qué estrategias utilizan para difundir la actividad turística en Loma Alta?

Por lo general tenemos por la voz de los techos, mediante letreros, mediante espacios de participación como las asambleas comunitarias vamos a conocer la cuestión de turismo y la importancia de la conservación del ambiente.

4. ¿Usted cree que el trabajo que está realizando es aprobado por la ciudadanía?

Hay que ser realistas en la situación que es bastante insipiente, o sea partiendo de los recursos económicos, partiendo de la falta de visión no se ha logrado hacer mucho, o sea a pesar de llevar muchos años en esto, podríamos decir que recién estamos empezando.

5. ¿Qué tipo de estrategia utiliza la comuna Loma Alta para capacitar en temas turísticos a la ciudadanía?

En turismo nos hemos quedado bastante, al principio de años de esta administración por parte del ministerio del ambiente buscamos formar a guías turísticos pero no hubo respuesta por parte de la ciudadanía y también un poco de parte nuestro como cabildo no insistimos en esa situación.

6. ¿Considera usted que el personal que labora en la Comuna Loma Alta está debidamente preparado para la difusión turística?

Pienso que no, hace algunos años hubo personas que se capacitaron, pero de ahí de parte de la comuna no habido más o sea no se ha hecho énfasis en seguirlos capacitando, lo que conocen en cuestiones de turismo fue lo que se hizo hace muchos años, ahora se abren nuevos espacios no solamente o sea en turismo por ecológico que sea, se deben de abarcar otros campos otros temas que también pueden generar turismo, también puede generar ingresos, pero no tenemos personal debidamente preparado para eso.

7. ¿Los recursos con los que cuenta Loma Alta son suficientes para impulsar la actividad turística de la Comuna?

No aquí deberíamos de tener la participación del estado lo único que se ha conseguido ha sido por la organizaciones no gubernamentales (ONG) especialmente extranjeras que nos han apoyado durante estos años, el estado no está debiendo bastante en este sentido. Lo ultima ayuda fue de la USAID agencia de Estados Unidos para el desarrollo con su proyecto costas y bosques. No hemos tenido apoyo para el sector turístico por parte del Gobierno autónomo descentralizado.

8. ¿Cree usted que la implementación de un video promocional fortalecerá la imagen de Loma Alta?

Obviamente en eso debemos de partir porque es fundamental para sobre llevar este proceso que nosotros no hemos explotados como

debería ser y como si lo están haciendo otras comunidades por ejemplo nosotros fuimos lo pioneros en esto empezamos y después empezó dos mangas y ellos no llevan la delantera en esto.

9. ¿Cuál cree usted que es la mayor fortaleza de la comuna Loma Alta?

La fortaleza es lugares turísticos que tiene, los diferentes espacios en donde se puede observar aves, mamíferos, especies endémicas que están en peligro de extinción, según los estudios realizados la comuna Loma Alta tiene una riqueza incalculable en cuanto los recursos naturales en este caso la flora y fauna que no tienen las demás comunidades.

10. ¿Cuál cree usted que es la mayor amenaza de la comuna Loma Alta?

Las invasiones que vienen por limitar con Manabí, la cacería de los animales el venado el saíno.

11. ¿Cuál cree usted que es la mayor debilidad de la comuna Loma Alta?

Falta de una visión a un largo plazo, de buscar medios alternativos de desarrollo productivo socioeconómico. Falta de tecnología, no tenemos acceso a la comunicación como el internet, incluso las llamadas telefónicas.

12. ¿Cuál cree usted que son las oportunidades de la comuna Loma Alta?

Serian en este caso las propuestas turísticas que quiere implementar el gobierno nacional para fomentar y despuntar a nivel turístico, para tener otra fuente de trabajo.

3.4 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A SÍNDICO DE LA COMUNA LOMA ALTA GUSTAVO DE LA A.

El sr. Gustavo De la A en la entrevista nos da a conocer la falta de visión que existe para poder lograr el desarrollo de la localidad, que no se ha explotado verdaderamente los recursos que este sector posee, que también hace falta más personal que estén debidamente capacitadas para difundir estos espacios.

La falta de ayuda necesaria por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena ha sido otra de las debilidades de esta comunidad, pero están obteniendo ayuda por parte de entidades extranjeras, convirtiéndose en una gran oportunidad para su desarrollo.

La falta de difusión no ha permitido que se pueda desarrollar aún más en este ámbito, otras comunidades como por ejemplo Dos Mangas si están trabajando en esto, es por tal razón que ellos son más reconocidos.

Nos expuso también que la mayor fortaleza es contar con la reserva ecológica donde existen diferentes espacios para observar aves, mamíferos, la comuna Loma Alta tiene una riqueza incalculable a diferencia de las otras comunidades.

La falta de tecnología es también otro impedimento por el cual no se ha podido mejorar en todo ámbito, al difundir el video promocional se podrá fomentar y despuntar a nivel turístico, para que existan más fuentes de trabajo.

3.5 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA COMUNA LOMA ALTA.

1.- Edad de los encuestados:

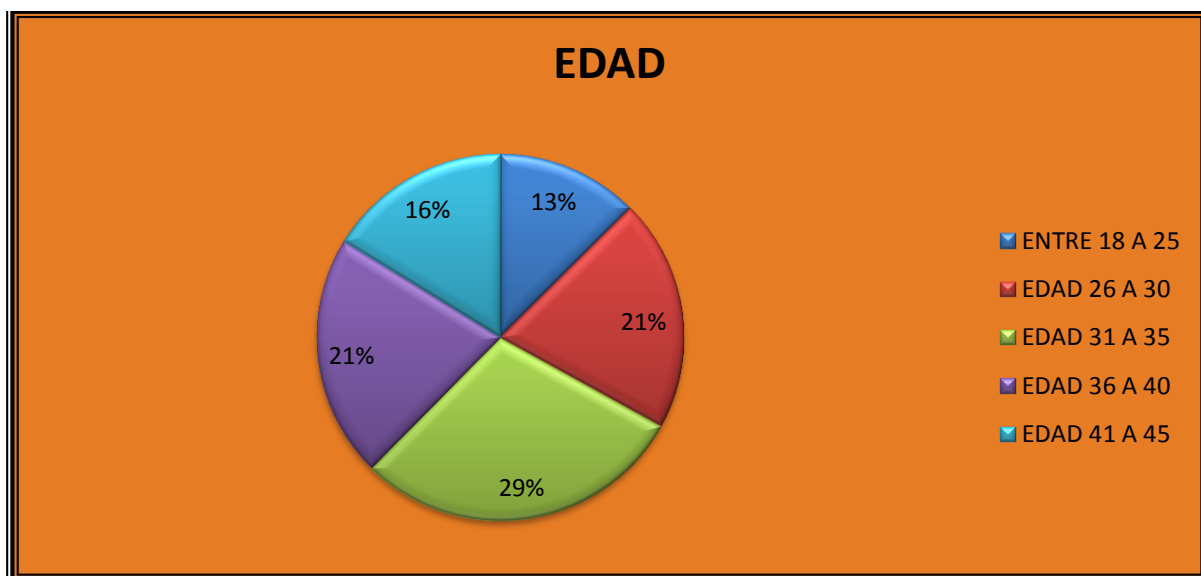
Cuadro N.- 4

Edad de la población encuestada			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
1	ENTRE 18 A 25 AÑOS	41	13
	ENTRE 26 A 30 AÑOS	67	21
	ENTRE 31 A 35 AÑOS	96	29
	ENTRE 36 A 40 AÑOS	70	21
	ENTRE 41 A 45 AÑOS	53	16
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 1



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: Al considerar conocer la edad de los encuestados tiene una gran importancia en el proceso de investigación, debido a que las opiniones se podrán medir, de acuerdo, a la capacidad de criterios, ya que un joven de 18 años no puede tener el mismo punto de vista que un adulto de 45 años, por ello, es que la población joven está comprendida entre la edad de 18 a 30 años con un porcentaje de 34%, la adulta entre la edad de 31 a 45 años con un total del 66%, lo que se puede analizar que la información obtenida se basa en criterios establecidos por la experiencia de habitar en la comuna por más años y ser testigos de los procesos de cambios que han surgido en la Comuna Loma Alta.

2.- Sexo de la población encuestada

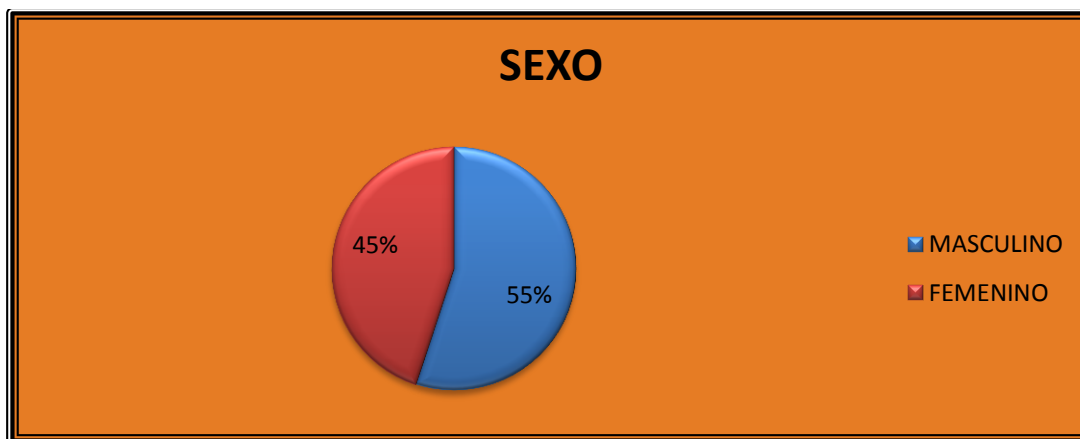
Cuadro N.- 5

Sexo de la población encuestada			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
2	MASCULINO	180	55
	FEMENINO	147	45
	TOTAL	3	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 2



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: En esta pregunta, se establece el sexo de las personas encuestadas, en este caso, el 55% es de sexo masculino y el 45% es de sexo femenino, determinando que el sexo masculino es el que tiene mayor participación al momento de establecer las encuestas

3.- ¿Cuál cree usted que es el mayor potencial (o actividad) con que cuenta la Comuna Loma Alta?

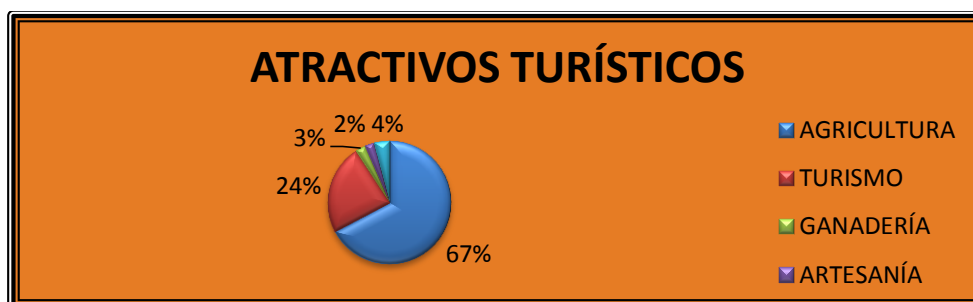
Cuadro N.- 6

¿Cuál cree usted que es el mayor potencial (o actividad) con que cuenta la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
3	AGRICULTURA	220	67
	TURISMO	77	24
	GANADERÍA	9	3
	ARTESANÍAS EN TAGUA	8	2
	OTROS	13	4
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 3



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: Es necesario, poder preguntar sobre los atractivos turísticos que posee la Comuna Loma Alta, debido, a que en base a ello, es que se conocerá cuál sería el potencial en actividad en la que está inmersa la comuna, por ello, es que del total de encuestados, el 67% considera que es la agricultura el mayor potencial turístico, y el 24% considera que es el turismo, y solo el 9% considera otros, por lo que se hace necesario el impulsar el desarrollo turístico en estas dos áreas fuertes.

4.- ¿Conoce usted si existen lugares turísticos en la Comuna Loma Alta?

Cuadro N.- 7

¿Conoce usted, si existen lugares turísticos en la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
4	SI	283	87
	NO	26	8
	NO SABE	18	5
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 4



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: La siguiente pregunta se basa en el conocimiento que se tiene sobre los atractivos turísticos, y como es lógico, la población, propiamente, donde vive es quién conoce sobre los atractivos turísticos, de tal manera, que 87% de los encuestados afirman de forma positiva conocer los lugares turísticos y solo el 8% dice no, y el 5% no sabe, por lo que es importante, determinar una de las fortalezas que posee la comuna para que ésta, a su vez, pueda ser explotada de la mejor manera

5.- ¿Existe, en la Comuna Loma Alta, información sobre los lugares turísticos que se desarrollan en la localidad?

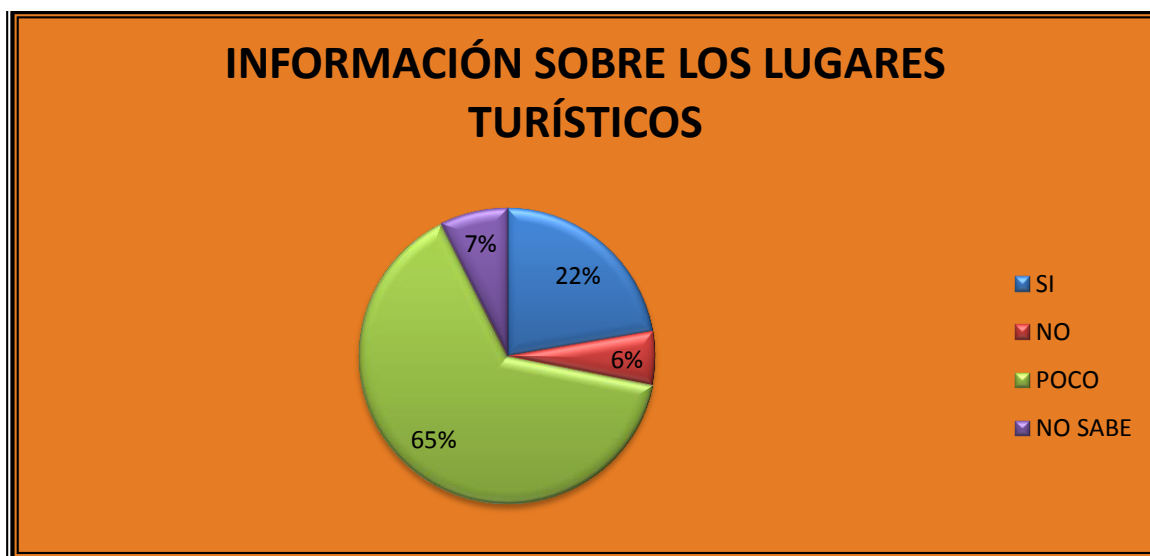
Cuadro N.- 8

¿Existe, en la Comuna Loma Alta, información sobre los lugares turísticos que se desarrollan en la localidad?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
5	SI	73	22
	NO	19	6
	POCO	211	65
	NO SABE	24	7
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 5



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: Es necesario, que las poblaciones que poseen recursos atractivos tengan como actividad principal el de impulsarlos, mediante, alternativas de difusión, por lo que esta pregunta se basa en que si existe, realmente, información sobre los lugares turísticos que se desarrollan en la localidad; el 22% de la población encuestada afirma, que sí existe la información respectiva, el 6% opina que no, el 65% considera que poco conoce sobre la información y el 7% determina que no sabe; lo que se refleja un indicador de necesidad de que exista la información respectiva de los atractivos turísticos.

6.- ¿Existe, en la Comuna Loma Alta, información sobre las actividades que se desarrollan en la localidad?

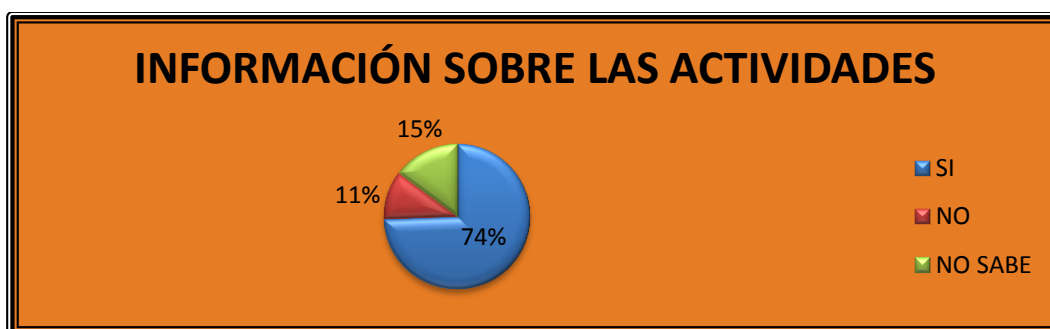
Cuadro N.- 9

¿Existe, en la Comuna Loma Alta, información sobre las actividades que se desarrollan en la localidad?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
6	SI	288	74
	NO	42	11
	NO SABE	57	15
	TOTAL	3	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 6



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: Esta pregunta tiene similitud con la anterior, en donde se pregunta sobre la información que se obtiene de las actividades turísticas, pero en sus respuesta es, totalmente, contraria debido a que el 74% de la población considera que sí existe la información sobre las actividades que se desarrollan en la comuna y el 11% considera que no y el 15% considera que no sabe, identificando que aunque se conoce sobre las diferentes actividades los extranjeros no conocen de las mismas.

7.- ¿Conoce usted, qué es la Reserva Ecológica de Loma Alta (RECLA)?

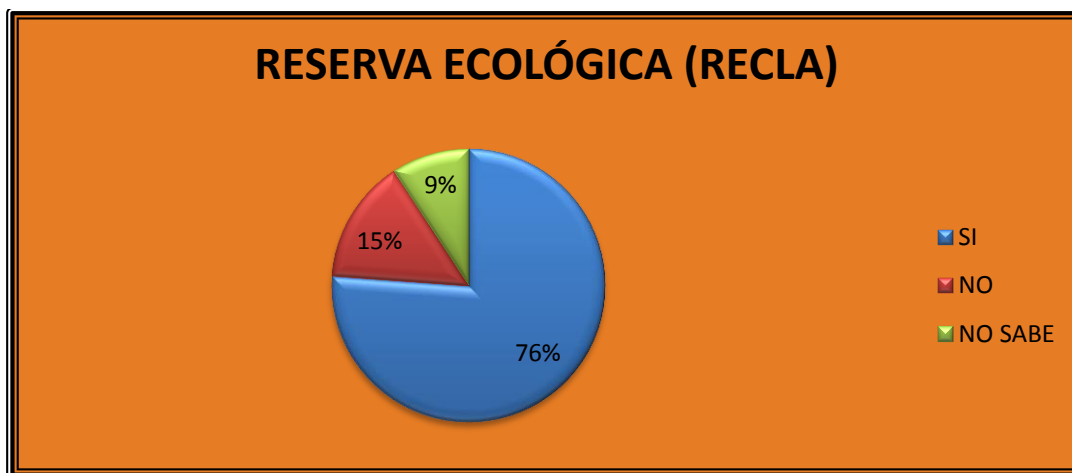
Cuadro N.- 10

¿Conoce usted qué es la Reserva Ecológica de Loma Alta (RECLA)?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
7	SI	249	70
	NO	48	14
	NO SABE	30	16
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 7



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: Esta pregunta se basa en el conocimiento que posee la población sobre la Reserva Ecológica que existe en su región, por lo que el 70% conoce del atractivo turístico mencionado, el 14% no conoce y el 16% no sabe, por lo que, aunque conocen, no existen proyectos o programas que impulsen hacia afuera el atractivo turístico, de allí, es que se sostiene la propuesta.

8.- ¿Cree usted que existe una activa participación ciudadana con el Cabildo de Loma Alta?

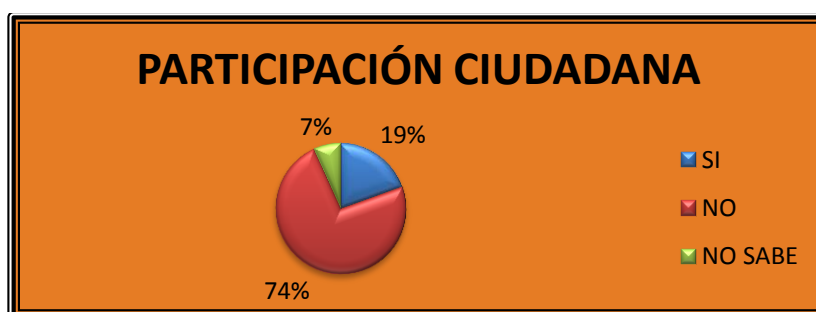
Cuadro N.- 11

¿Cree usted que existe una activa participación ciudadana con el Cabildo de Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
8	SI	64	19
	NO	241	72
	NO SABE	22	9
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 8



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: La participación ciudadana es una de las áreas que se analiza en todas las gestiones administrativas gubernamentales, por ello, es importante, no dejar pasar el conocer si existe una activa participación ciudadana, determinando que el 19% considera que si existe una participación activa, el 72% afirma no conocer y el 9% no sabe, lo que resulta importante analizar que al no haber la participación ciudadana, es por ello, que existe una debilidad de no establecer las debidas directrices para dar a conocer los atractivos turísticos.

9.- ¿Cree usted que existe una planificación para difundir una actividad turística en la Comuna Loma Alta?

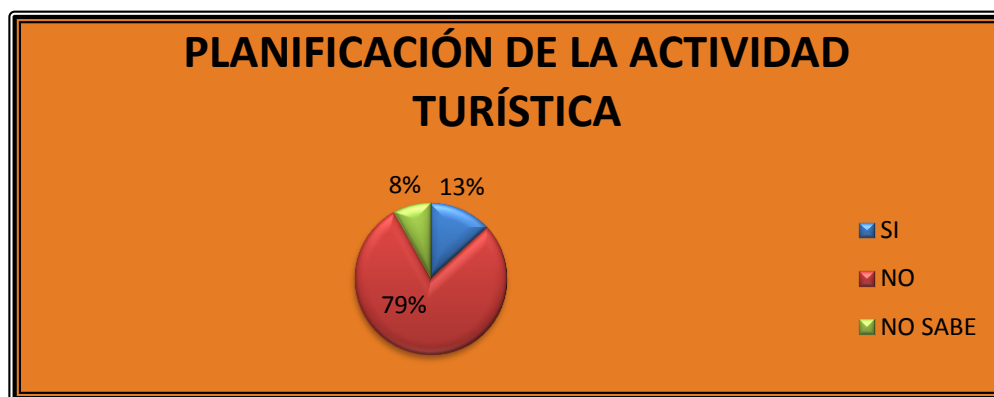
Cuadro N.- 12

¿Cree usted que existe una planificación para difundir una actividad turística en la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
9	SI	43	13
	NO	258	79
	NO SABE	26	8
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 9



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: La planificación es uno de los procedimientos administrativos esenciales para poder establecer un proceso de impulso turístico en una región específica; considerando aquello, la siguiente pregunta denota la falta de aplicación de una correcta planificación para difundir una actividad turística, por ello, es que el 13% afirma que si se aplica, el 79% considera que no y el 8% no sabe, por lo que es importante aplicar una excelente planificación basada en los beneficios de la comunidad.

10.- ¿Cómo desearía usted que se difundan las actividades turísticas en la Comuna Loma Alta?

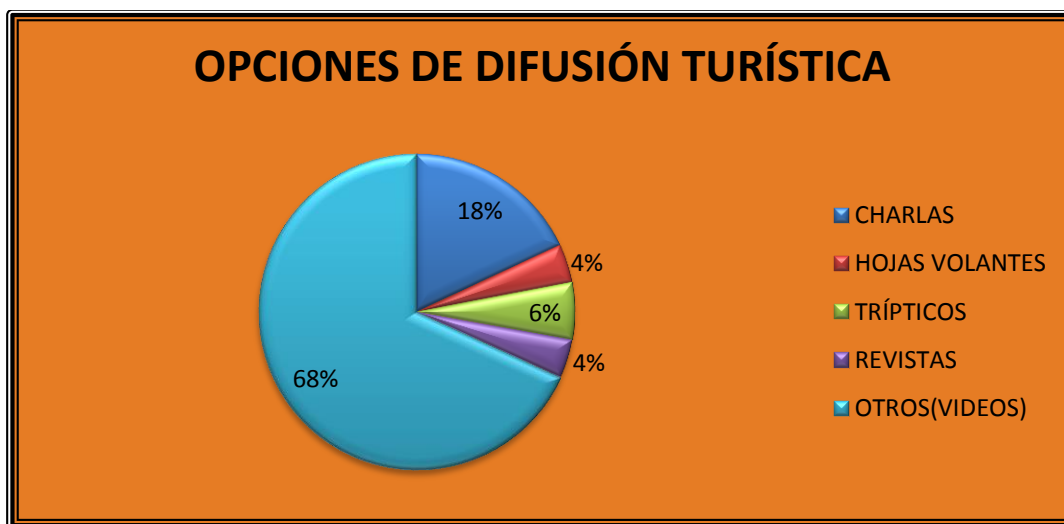
Cuadro N.- 13

¿Cómo desearía usted que se difundan las actividades turísticas en la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
10	CHARLAS	59	18
	HOJAS VOLANTES	13	4
	TRÍPTICOS	19	6
	REVISTAS	13	4
	OTROS (VIDEOS)	223	68
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 10



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: Las actividades turísticas deben ser, necesariamente, difundidas con estrategias propias para que puedan ser publicadas, por ello, es que en esta pregunta se analiza la tendencia de aplicar los medios de difusión conocidos para poder impulsar el desarrollo turístico, por ello es, que el 18% considera que sea por medio de charlas, el 4% por hojas volantes, el 6% con trípticos, el 4% por medio de revistas y el 68% considera que sea por medio de la elaboración de un video, considerando que es una de las estrategias que más aceptación podría tener, lo que fortalece la propuesta ya que es lo que se propone en el siguiente trabajo de investigación.

11.- ¿Cómo considera usted la difusión de la actividad turística que desarrolla el cabildo de la Comuna Loma Alta?

Cuadro N.- 14

¿Cómo considera usted la difusión de la actividad turística que desarrolla el cabildo de la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
11	IMPORTANTE	77	24
	POCO IMPORTANTE	220	70
	LE ES INDIFENTE	20	6
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 11



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: El cabildo como organismo gubernamental y establecido para cumplir con las necesidades de la región es uno de los responsables de que, realmente, exista una debida difusión turística de la Comuna Loma Alta, lo que en esta pregunta se califica el grado de importancia que se establece, por ello es, que el 24% considera importante la difusión, el 70% de poca importancia y el 6% le es indiferente el que apliquen o no, por ello es, que se puede analizar de forma porcentual que tienen un concepto no aprovechable en cuanto a las gestiones de impulsar el desarrollo turístico.

12.- ¿Realiza, el cabildo, capacitaciones constantes para dar a conocer los lugares turísticos de la Comuna Loma Alta?

Cuadro N.- 15

¿Realiza, el cabildo, capacitaciones constantes para dar a conocer los lugares turísticos de la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
12	SI	49	15
	NO	244	75
	NO SABE	34	10
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 12



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: La preparación que se le puede a dar a la población sobre los atractivos turísticos establece un proceso de información para otras personas, por lo que es de vital importancia considerar que son necesarias las capacitaciones constantes por lo que en relación a esta pregunta el 15% opina que si, el 75% que no y el 10% que no sabe, por lo que se puede considerar, que es necesario capacitar a las personas dentro de una comunidad para poder establecer el conocimiento respectivo de lo que poseen.

13.- ¿Considera usted que el fortalecimiento de la actividad turística influye en el desarrollo económico de la Comuna Loma Alta?

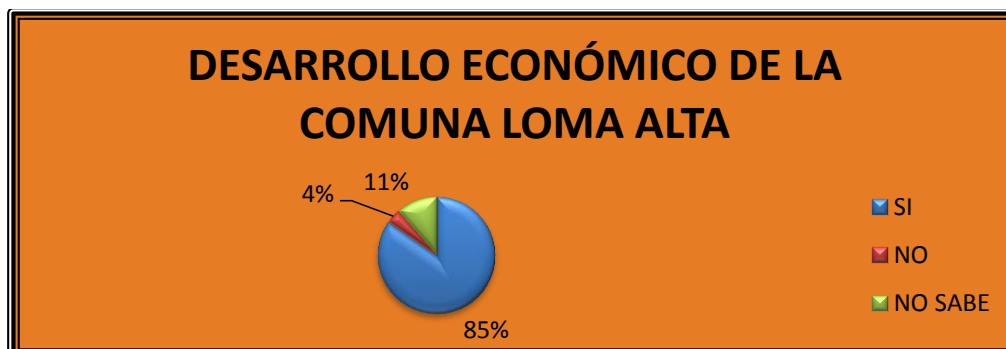
Cuadro N.- 16

¿Considera usted que el fortalecimiento de la actividad turística influye en el desarrollo económico de la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
13	SI	277	85
	NO	13	4
	NO SABE	37	11
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 13



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: El desarrollo económico de una región está determinado por el proceso, en el cual, se aprovechan los atractivos turísticos y que ello origina beneficios directos a la población, por ello, es que en esta pregunta el 85% de los encuestados considera que sí existe una influencia positiva en el desarrollo económico al haber una actividad turística, el 4% considera que no y el 11% que no sabe, analizando los resultados se puede identificar que existe una percepción positiva de poder aceptar que exista la correcta difusión turística en la Comuna Loma Alta.

14.- ¿Cree usted que los recursos turísticos que posee la Comuna Loma Alta generan, actualmente, recursos económicos?

Cuadro N.- 17

¿Cree usted que los recursos turísticos que posee la Comuna Loma Alta generan, actualmente, recursos económicos?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
14	SI	232	71
	NO	41	13
	NO SABE	54	16
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 14



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANALISIS: En relación a la pregunta anterior, se establece que al haber un buen manejo de los recursos turísticos, aquello originará recursos económicos que beneficien a la comunidad, por ello, es que el 71% considera que estos recursos que posee la Comuna Loma Alta originarán recursos económicos; el 13% que no y el 16 % no sabe, lo que se puede identificar un pleno conocimiento, por parte, de la población en relación al producto que se obtendría al momento de aplicar bien los recursos turísticos.

15.- ¿Cree usted que implementar un plan de Comunicación Corporativa fortalecerá el conocimiento de los lugares turísticos?

Cuadro N.- 18

¿Cree usted que implementar un plan de Comunicación Corporativa fortalecerá el conocimiento de los lugares turísticos?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
15	SI	317	97
	NO	0	0
	NO SABE	10	3
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 15



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: Un Plan de Comunicación Corporativa establecerá un proceso de aplicación de programas y proyectos de difusión turística, lo que al establecer la pregunta de aceptación para implementar esta propuesta el 97% de la población encuestada acepta y asume que los resultados serán el fortalecimiento de la actividad turística, y el 3% considera que no sabe.

16.- ¿Participaría de forma directa en la difusión de la actividad turística para dar a conocer la Comuna Loma Alta?

Cuadro N.- 19

¿Participaría de forma directa en la difusión de la actividad turística para dar a conocer la Comuna Loma Alta?			
ITEM	ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
16	SI	279	85
	NO	21	7
	NO SABE	27	8
	TOTAL	327	100

Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

Gráfico N.- 16



Elaborado por: Betty Leonor Tomalá Tomalá e Ingrid Lorena Gonzabay Zambrano.

Fuente: Datos obtenidos de la Comuna Loma Alta.

ANÁLISIS: La participación que debe tener la población, en cuanto al plan propuesto, es muy importante, ya que debe existir un plan de intervención directa con la población y el cabildo, por ello es, que el 85% afirma, positivamente, que participaría de la propuesta al momento de implementarla.

3.6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En relación a las preguntas realizadas a la población de la Comuna Loma Alta, se identifican las siguientes conclusiones y recomendaciones que se deben considerar que han sido resultado de la recolección de la información y de las interpretaciones de las mismas, entre ellas tenemos:

3.6.1 CONCLUSIONES

- ✚ Mediante, el análisis situacional enmarcado en la interpretación de los resultados se pudo detectar que existe poca aplicación de programas que se enmarquen en poder difundir de forma correcta y oportuna los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta.
- ✚ El conocimiento sobre los atractivos turísticos que posee; en las encuestas se refleja que en su mayoría sí conocen de aquello, la problemática en sí es que no existen por parte del Cabildo las gestiones pertinentes para poder establecer un plan de Difusión Turística de la Comuna Loma Alta.
- ✚ En cuanto a la participación ciudadana como uno de los ejes importantes que existe para vincular los programas y planes que instituyen en beneficio de la comunidad se pudo notar la ausencia de una participación integra, lo que es uno de los indicadores que ocasiona la falta de difusión turística.
- ✚ Por último, no existe un Plan de Comunicación Corporativa que propicie los procesos para dar a conocer los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta, lo que se considera de mucha utilidad el proponer dicho Plan.

3.6.2 RECOMENDACIONES

- ✚ La propuesta de creación de un video promocional está enfocada en la aplicación de programas que difundan los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta, debe ser implementada con la colaboración del personero del Cabildo y la participación directa de la población.

- ✚ Existen además, planteamientos de estrategias para poder establecer programas y planes que permitan la difusión correcta de los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta, que necesariamente, deben ser aplicadas en el proceso de difusión.

- ✚ También, se recomienda que los programas, planes y proyectos se enfoquen en impulsar los atractivos turísticos y que éstos, a su vez, den como resultado los beneficios económicos que debe tener la población de la Comuna Loma Alta y de esta manera, potenciar el desarrollo económico.

- ✚ Por último, se debe establecer un proceso de evaluación y seguimiento sobre los resultados que se esperan obtener al momento de difundir el video promocional, para poder medir los resultados en el proceso y hacer las debidas correcciones de forma oportuna.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1 Título

Video promocional para dar a conocer las actividades turísticas de la reserva ecológica de la comuna Loma Alta.

4.2 Justificación

Los procesos de comunicación corporativa se desarrollan en el campo de poder desarrollar las directrices necesarias para poder resolver inquietudes de la población, ya que la comunicación corporativa pretende resolver las situaciones que, dentro de una región se pueden satisfacer. Por ello, dentro del proceso de investigación y debido a los resultados obtenidos se establece la propuesta de realizar un video promocional como parte de la responsabilidad de difundir de forma turística los atractivos que posee la Comuna Loma Alta.

Según, las encuestas realizadas, se determina que no existe una planificación para poder difundir los atractivos turísticos de la Comuna, ya que no desarrollan procesos para hacer conocer los lugares, uno de ellos con más belleza natural y que no es conocido por las regiones de alrededor, como es la Reserva Ecológica, por lo que es necesario poder difundir un video promocional que permita hacer conocer los lugares que permiten elevar el nivel turístico y económico de Loma Alta.

Por ello, es importante desarrollar la propuesta del Video promocional ya que sería la pauta para hacer conocer los sitios más relevantes y serviría de desarrollo, tanto económico como turístico.

4.3 Diagnóstico

Por medio de la aplicación de las encuestas y entrevistas se identificaron los indicadores de necesidad de difundir de forma técnica los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta, en donde se estableció la propuesta de un video promocional que permita el reconocimiento de los atractivos turísticos. Es importante, establecer el diagnóstico de que, actualmente, la Comuna Loma Alta no cuenta con un spot publicitario por lo que se hace necesario que se desarrolle la propuesta.

4.4 Fundamentación Teórica de la Propuesta

4.4.1 Fundamentación Filosófica

Es preciso, considerar que, de acuerdo al aspecto filosófico: al momento de presentar algo novedoso por medio de los diferentes medios de comunicación, el ser humano despierta la curiosidad de lo que observa. Francisco Moran Márquez en su libro Historia del desarrollo cognitivo, infiere en que “el conocimiento cognitivo del ser humano, se basa en lo que puede observar o escuchar, y que al momento de descubrirlo acciona el hecho de conocerlo y practicarlo” (Francisco Morán, 2006)

Es decir, que los procesos descriptivos en donde se trabaja en el ser humano para poder incentivar a experimentar algo que no conoce, es necesario que se desarrolle de forma atractiva un proceso de asimilación de la información, por ello, es que al momento de plasmar un video promocional se establece el proceso de inquietud de conocer y aplicarlo.

4.4.2 Fundamentación Pedagógica

La construcción del desarrollo cognitivo que el ser humano determina, es lo que, realmente, asimila de las concepciones que el proceso de información le brinda, por ello, es que según, el enfoque pedagógico se establece que la construcción de la realidad de un objeto se determina por lo que se observa y que su origen nace de la interacción de movimientos que poseen los cuerpos, lo que resulta atrayente para el hombre el poder conocer algo nuevo.

Según Anita Woolfolk, en su libro Pedagogía, la esencia del hombre, Editorial Prentice Hall, determina la idea que “el individuo, por ser un ente racional y con proceso evolutivo educativo, construye sus ideas sobre su medio físico, social o cultural, en donde se concpciona la realidad de lo que desea observar”. La difusión de una actividad, por más corta o larga que sea, siempre va a ser aceptada por parte del ser humano, como algo atrayente, ya que el interés de construcción de algún sitio lo lleva a experimentarlo como tal.

4.4.3 Fundamentación Psicológica

Desde el punto de vista psicológico, se fortalece la propuesta en la aplicación de poder establecer de forma virtual un contenido, en donde se detalla la forma de poder constituir esquemas mentales que se construyen en base al proceso de asimilación de observaciones, por ello, es que Jean Piaget determina que “ buena parte del desarrollo humano, inicia en el proceso de construcción, y que se desarrolla en la psicológica, es decir, en las interacciones recíprocas de lo que se observa, lo experimento”.

Es decir, que según Piaget el ser humano construye un esquema mental en base a lo que observa, es decir, determina su opinión basada en lo que ve y escucha y aquello lo dirige a una realidad palpable.

4.4.4 Fundamentación Sociológica

Según Bandura, de acuerdo, a la teoría cognoscitivista social determina que “buena parte del aprendizaje humano se da en el medio social dentro de las interacciones de conducta, variables ambientales y factores personales de la cognición”, es decir que, al momento de que el hombre desarrolla una idea de conocimiento, aquello se basa en un medio social, ya que el hombre es un ente social y por ello, necesita desarrollarse en el mismo.

De allí, es que se determina que el ser humano retiene la información del medio social, para ser partícipe del mismo, por ello, es necesario que el medio social construya procesos de información que sean asimilados por ellos, lo que de acuerdo a la propuesta, el ser humano al observar un video promocional de algún lugar específico, siente la necesidad de relacionarlo en lo social.

4.4.5 Fundamentación Educativa

Según, el Licenciado Alberto Ramírez Caiche en el documento Pedagogía Contemporánea, establece que “la educación del hombre determina el hecho de construir en él un ente educativo e intelectual, y que solo la educación es capaz de formar al ser humano.

Es importante, entender que al momento de promocional un video promocional, a más de tener la intención de difundir algún aspecto, también encierra el proceso educativo.

4.4.6 Fundamentación Legal

En el Artículo 18 de la Constitución Política del Ecuador se respalda en cuanto al derecho de recibir una comunicación mediante una difusión

veraz, oportuna, contextualizada, pluralista y sin censura previa de los hechos o acontecimientos de interés general y que se pueda tratar con responsabilidad ulterior. Otro de los parámetros de este presente artículo que fortalece la investigación del tema y para poder encontrar las soluciones oportunas, es el de acceder, libremente, a la información que generen las entidades gubernamentales que manejan fondos y recursos públicos, sin reserva de poder conocer sobre la forma de organización, claro está, que existe excepciones que deben ser respaldadas por la Ley de comunicación. (Constitución Política del Ecuador, 2008)

De acuerdo, a la **Ley de Comunicación del Ecuador**, en el Título I, de las Disposiciones Preliminares y Definiciones, en el Artículo 3 se conceptualiza la comunicación como un contenido de la información u opinión, que produzca, reciba, difunda e intercambie mediante los medios de transmisión de comunicación. En el Artículo 7 se considera la relevancia de la información pública como un derecho de interés general, en el cual se deben considerar los parámetros que califiquen a la información de relevante y que es de interés público general, tomando en cuenta que por medio de esta información no se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionales prescritos en la Ley. En el Artículo 8 hace referencia a la Prevalencia en la difusión de contenidos, es decir, que los contenidos que se transmitan deben tener las características de informativo, cultural y educativo, también, la comunicación que se recibe debe tener la calidad del cumplimiento de sus objetivos, es decir, para qué fueron creados y el impacto que provoca en la vida de una población o región.

4.5 Objetivos de la propuesta

4.5.1 Objetivo General

Difundir los atractivos turísticos de la Comuna Loma Alta mediante un Video Promocional que incentive a las personas visitar los lugares y, que a su vez, desarrolle el sentido económico de la región.

4.5.2 Objetivos Específicos

- ◆ Determinar los lugares turísticos que posee la Comuna Loma Alta para poder ser visitados por turistas nacionales y extranjeros.
- ◆ Identificar los aspectos culturales e históricos que posee la Comuna Loma Alta para que sea conocido por los turistas.
- ◆ Direccionar a los turistas las alternativas para poder acceder a los lugares turísticos que posee la Comuna Loma Alta.
- ◆ Establecer la difusión turística en toda la provincia para que sea reconocida como un lugar de destino turístico.
- ◆ Establecer un proceso de seguimiento de la promoción del video, así como los resultados que se obtienen al momento de ejecutar el video promocional de la Comuna Loma Alta.

4.6 Factibilidad de la propuesta

De acuerdo, al desarrollo de la propuesta, la factibilidad se enfoca en permitir, en determinar los aspectos que hacen que la propuesta sea realizable y pueda ser aplicada en la Comuna Loma Alta, por ello, es necesario conocer los siguientes aspectos:

4.6.1 Financiera

Cuadro n.- 20

GASTOS DE INVERSIÓN:	CANTIDAD	TOTAL
CÁMARA FOTOGRAFICA	1	300.00
REVELADA	20	50.00
FILMADORA	1	1.100
FILMACIÓN		100.00
EDICION DE VIDEO		100.00
VIÁTICOS		250.00
MOVILIZACION		300.00
TOTAL GASTOS DE INVERSIÓN:		2.200
GASTOS DE OPERACIÓN		
INTERNET	1	150.00
TELÉFONO	1	75.00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN:		225.00
IMPREVISTOS		200.00
TOTALES		2.625

4.6.2 Técnica

Por medio del siguiente cuadro se aplica las especificaciones técnicas de la realización del Video promocional:

Cuadro n.- 21

IMAGEN	AUDIO		TIEMPO
	SONIDO	TEXTO	
		<p>TÍTULO DEL VIDEO: CONOCIENDO NUESTRA TIERRA: COMUNA LOMA ALTA</p> <p>SLOGAN: VEN Y DISFRUTA DE LA NATURALEZA EN TIERRAS PENINSULARES.</p>	6 SEGUNDOS
	SATÉLITE	UBICACIÓN DESDE SATÉLITE	10 SEGUNDOS
	ENTRADA MÚSICA FUERTE SE MANTIENE DISOLVENCIA DE MÚSICA		
IMÁGENES DE VARIOS SECTORES TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA E IMÁGENES DE LOMA ALTA.	MÚSICA A PRIMER PLANO Y DISUELVE SONIDO AMBIENTE	EL PAÍS CUENTA CON MARAVILLOSOS SECTORES TURÍSTICOS, EN SUS DIFERENTES PROVINCIAS, DONDE SE PUEDE DISFRUTAR DE LA BIODIVERSIDAD QUE EXISTE EN CADA UNA DE ELLAS Y DE ESTA MANERA DELEITARSE DE LO QUE BRINDA LA MADRE NATURALEZA; TAL ES EL CASO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA QUE CUENTA CON UN	24 SEGUNDOS

		AMPLIO SECTOR TURÍSTICO, REFIRIÉNDONOS ESPECÍFICAMENTE A LA COMUNA LOMA ALTA.	
COLLAGE IMÁGENES DIFERENTES PLANOS DE LA COMUNA	MÚSICA A PRIMER PLANO EFECTOS DE AGUA Y MURMULLO DE ANIMALES		
IMÁGENES MAPA LOMA ALTA, UBICACIÓN	MÚSICA SE DISUELVE A SEGUNDO PLANO Y SE MANTIENE	LOMA ALTA, ESTÁ UBICADA AL NORTE DE LA PENÍNSULA DE SANTA ELENA EN LAS FALDAS DE LA CORDILLERA CHONGÓN COLONCHE; DE NORTE A SUR SE ENCUENTRA BAÑADA POR EL RIO CALIFORNIA, EL MISMO QUE HA PERMITIDO DESARROLLAR LA AGRICULTURA, CONSTITUYENDO SU PRINCIPAL SUSTENTO ECONÓMICO.	17 SEGUNDOS
IMÁGENES DE LAS OTRAS LOCALIDADES.	MÚSICA SE DISUELVE A SEGUNDO PLANO Y SE MANTIENE	FUE FUNDADA EN 1937, UN 10 DE ENERO, RECONOCIDA MEDIANTE ACUERDO MINISTERIAL N 0224 DEL 6 DE MARZO DE 1939, SU TERRITORIO ABARCA UN TOTAL DE 6.642 HAS; LA COMUNA EN SU INICIO ESTUVO CONSTITUIDO POR LOMA ALTA, Y EL SUSPIRO Y POSTERIORMENTE POR LAS COMUNIDADES DE LA UNIÓN Y LA PONGA.	22 SEGUNDOS
IMÁGENES DE HABITANTES	MÚSICA A PRIMER PLANO Y DISUELVE SONIDO AMBIENTE	LOMA ALTA CONOCIDA ANTERIORMENTE COMO LOS BAJOS, DESDE SU INICIO HA SIDO, EL CENTRO POLÍTICO Y ADMINISTRATIVO DE LA COMUNA, FUE POBLADO EN 1.920 POR VARIAS FAMILIAS.	12 SEGUNDOS
IMÁGENES Y VIDEO DE LA	MÚSICA A PRIMER PLANO Y	DENTRO DE ESTA COMUNIDAD SE ENCUENTRA, LA RESERVA ECOLÓGICA COMUNAL DE LOMA	27 segundos

RESERVA.	DISUELVE SONIDO AMBIENTE	ALTA, LOCALIZADA EN LA CORDILLERA CHONGÓN-COLONCHE, AL SUR DEL PARQUE NACIONAL MACHALILLA, APROXIMADAMENTE A 10 KM DE LA COMUNA VALDIVIA, PROVINCIA DE SANTA ELENA. LA RESERVA FUE ESTABLECIDA POR LA MISMA, COMO UNIDAD PARA PROTEGER LAS FUENTES DE AGUA Y PARA EVITAR INVASIONES Y PÉRDIDAS DE TIERRAS. LA RESERVA INCLUYE ÁREAS DE BOSQUE DE NEBLINA O DE GARÚA, ASÍ COMO BOSQUES SECUNDARIOS Y ÁREAS EN REGENERACIÓN.	
----------	--------------------------	--	--

IMÁGENES Y VIDEO DE LA ENTRADA DE LA COMUNA.	MÚSICA A PRIMER PLANO Y DISUELVE MÚSICA SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO.	COMO LLEGAR AL LUGAR. EL TURISTA DEBE DIRIGIRSE POR LA RUTA DEL SPONDYLUS HASTA LLEGAR A LA COMUNIDAD DE LOMA ALTA DENTRO DE ELLA SE ENCUENTRA ESTE ENIGMÁTICO LUGAR. APROXIMADAMENTE SE DEMORA EN LLEGAR A ESTE LUGAR 2 HORAS DESDE LA TERMINAL DE LA CAPITAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.	18 SEGUNDOS
	MÚSICA SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO. SONIDO AMBIENTE		
ENTREVISTA A PERSONAJE	MÚSICA SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO Y DISOLVENCIA . SONIDO DIRECTO DE LA ENTREVISTA.	NOMBRE DEL PERSONAJE: RUFILIO DE LA A / EX DIRIGENTE TEXTO DE LA ENTREVISTA	

	MÚSICA A PRIMER PLANO Y DISUELVE SONIDO AMBIENTE	ENTREVISTA	
VIDEO RESERVA	MÚSICA A PRIMER PLANO Y DISUELVE SONIDO AMBIENTE	UN RINCÓN TURÍSTICO CONSIDERADO UN ENCANTO DE LA NATURALEZA ES LA RESERVA ECOLÓGICA, DONDE PODRÁS DISFRUTAR DE SUS RÍOS Y LA DIVERSIDAD DE ESPECIES.	10 SEGUNDOS
IMÁGENES SEGÚN TEXTO. DIFERENTES PLANOS Y COMPOSICIONES DE IMAGEN, MOVIMIENTOS DE CÁMARA ZOOM IN, ZOOM OUT.	MÚSICA SE MANTIENE Y DISUELVE A SEGUNDO PLANO. SONIDO AMBIENTE	DESDE QUE ÉSTA SE DENOMINÓ RESERVA ECOLÓGICA LOS POBLADORES DE LA COMUNA LOMA ALTA, ESTABLECIERON UNA POLÍTICA QUE LES PERMITIÓ SEGUIR CON SUS LABORES DENTRO DE LA MISMA. PARA ALGUNOS TURISTAS ES CONSIDERADO UN TESORO QUE AÚN NO ES RECONOCIDO.	15 SEGUNDOS
IMÁGENES SEGÚN TEXTO. DIFERENTES PLANOS Y COMPOSICIONES DE IMAGEN, MOVIMIENTOS DE CÁMARA ZOOM IN, ZOOM	MÚSICA SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO Y DISUELVE.	PARA PODER INGRESAR A UNA PARTE DE LA RESERVA COMO LO ES EL PUNTO DE LA BRAMONA SE DEBE CAMINAR APROXIMADAMENTE DOS HORAS, PARA IR OBSERVANDO DETENIDAMENTE DE LA FLORA Y FAUNA DE ESTE BELLO LUGAR Y SI PREFIERES LO PUEDES REALIZAR EN CABALLO.	18 SEGUNDOS
IMÁGENES SEGÚN TEXTO. DIFERENTES PLANOS Y COMPOSICIONES DE IMAGEN, MOVIMIENTOS DE CÁMARA ZOOM IN,	MÚSICA A PRIMER PLANO Y DISUELVE. SONIDO AMBIENTE	ESTE ENIGMÁTICO LUGAR SE HA CUBIERTO DE VEGETACIÓN DESTACÁNDOSE EL CULTIVO DE PAJA TOQUILLA, Y PLANTAS MEDICINALES COMO LA HIERBA BUENA, YANTEN Y ESPECIES DE ANIMALES COMO LOS DIMINUTOS COLIBRÍES Y LAS MARIPOSAS QUE VUELAN DE FLOR EN FLOR BUSCANDO SU PRECIADO NÉCTAR.	30 SEGUNDOS

ZOOM OUT.		EN SU INTERIOR, TRANSITAR POR SU CAMINO ES UNA AVENTURA INIGUALABLE, EN CADA PASO QUE DAS SE PUEDE RESPIRAR AIRE FRESCO Y EL REY SOL QUE HACE RESPLANDECER A ESTE LUGAR	
ENTREVISTA PERSONAJE CON FONDO	MÚSICA SE MANTIENE EN SEGUNDO PLANO Y DISOLVENCIA. SONIDO DIRECTO DE LA ENTREVISTA.	GUÍA TURÍSTICO	31 SEGUNDOS
IMÁGENES SEGÚN TEXTO. DIFERENTES PLANOS Y COMPOSICIONES DE IMAGEN, MOVIMIENTOS DE CÁMARA ZOOM IN, ZOOM OUT.	MÚSICA A PRIMER PLANO Y DISUELVE SONIDO AMBIENTE	LE INVITAMOS A USTED AMIGO TURISTA QUE SEA EL TESTIGO FIEL DE ESTE ENCANTO NATURAL, LE ASEGURAMOS QUE TENDRÁ EXPERIENCIAS INOLVIDABLES PORQUE EL LENTE DE LAS CÁMARAS JAMÁS PODRÁ CAPTAR TODAS LAS MARAVILLAS DE ESTE SITIO TURÍSTICO, Y RECUERDE, QUE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA SIEMPRE SERÁ UN MÁGICO LUGAR PARA CONOCER.	18 SEGUNDOS

4.6.3 Recursos Humanos

Dentro de los recursos humanos que se necesita para realizar el proyecto tenemos:

En la parte del Desarrollo del Video Promocional:

◆ BETTY LEONOR TOMALÁ TOMALÁ

◆ IINGRID LORENA GONZABAY ZAMBRANO

En la parte de la Elaboración del Video Promocional:

◆ BETTY LEONOR TOMALÁ TOMALÁ

◆ IINGRID LORENA GONZABAY ZAMBRANO

4.7 Descripción de la propuesta

4.7.1 Descripción de la propuesta

TÍTULO DEL VIDEO: Conociendo nuestra tierra: Comuna Loma Alta

SLOGAN: Ven y disfruta de la naturaleza en tierras peninsulares.

DURACIÓN: Aproximadamente 8 minutos.

4.7.2 Beneficiarios

◆ Habitantes de la Comuna Loma Alta.

BIBLIOGRAFIA

- David, T. C. (2012). PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA PARA LA PARROQUIA SAN JUAN. LATACUNGA, COTOPAXI, ECUADOR.
- Departamento de economía y empleo. (2012). Plan diferencial de promoción turística de Aragón. Aragón, España.
- GARCÉS, M. W. (2010). *COMO DESARROLLAR UNA TESIS*.
- Garcés, W. G. (2010). *Como desarrollar una tesis*.
- SENPLADES. (2009). *PLan Nacional del Buen Vivir*. Quito : SENPLADES.
- Thompson, I. (Octubre de 2008). *Promonegocio s.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Carlos Eduardo Vásquez. (1997). <https://sites.google.com/.../fundamentos-de-la-comunicacion-corporativa>.
- <https://sites.google.com/.../fundamentos-de-la-comunicacion-corporativa>:
sites.google.com/site/comunicorpora/unidades/comunicacion-y-organizaciones/fundamentos-de-la-comunicacion-corporativa
- Constitución Política del Ecuador. (2008). *Constitución*. Montecristi.
- Diccionario Enciclopédico. (2009). *Diccionario Enciclopédico*. Larousse.
- Dr. Paúl Capriotti. (13 de Agosto de 1999). http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf.
http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf:
http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf
- Dr. Raúl Capriotti. (1999). Comunicación Corporativa, una estrategia de éxito a corto plazo. *Reporte C&d (Capacitación y Desarrollo* , 1.

- GARCÉS, M. W. (2010). *COMO DESARROLLAR UNA TESIS*.
- Garcés, W. G. (2010). *Como desarrollar una tesis*.
- Herminia Marín Castillo. (2012). Introducción a los Recursos Turísticos. *Recursos Turísticos* , 2.
- <http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>.
<http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>: <http://concepto.de/concepto-de-comunidad/>
- <http://deconceptos.com/general/difusion>. (2014).
<http://deconceptos.com/general/difusion>:
- <http://definicion.de/comunicacion/>. (s.f.). Recuperado el 5 de Septiembre de 2014, de <http://definicion.de/comunicacion/>:
<http://definicion.de/comunicacion/>
- <http://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>. (2007-2014).
<http://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>
- Jorge Escobar Fernandez. (2008).
- Karl Buhler. (Jueves de Septiembre de 2011). <http://marthalutzenia.blogspot.com/2011/09/funciones-del-lenguaje>.
- Rodríguez Rowe M. Verónica. (2008). *Comunicación Corporativa: un derecho y un deber*. Chile: RIL Editores.
- SENPLADES. (2009). *PLan Nacional del Buen Vivir*. Quito : SENPLADES.
- Thompson, I. (Octubre de 2008). *Promonegocio s.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicioncomunicacion.htm>

AMENOS

ENTREVISTAS REALIZADAS AL PRESIDENTE DE LA COMUNA LOMA ALTA SR. WILSON TOMALÁ Y AL SÍNDICO SR. GUSTAVO DE LA A

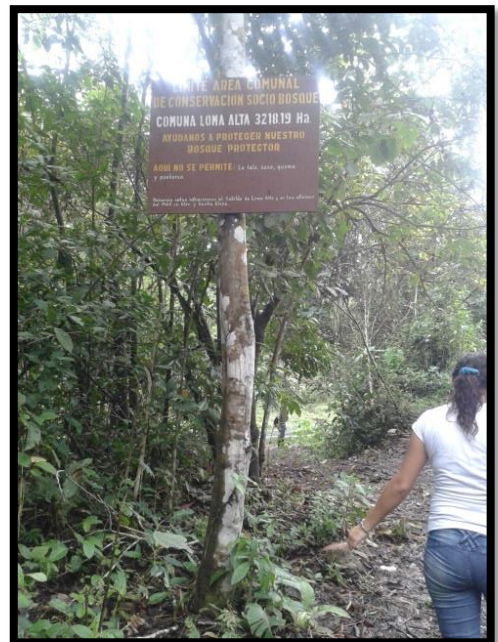


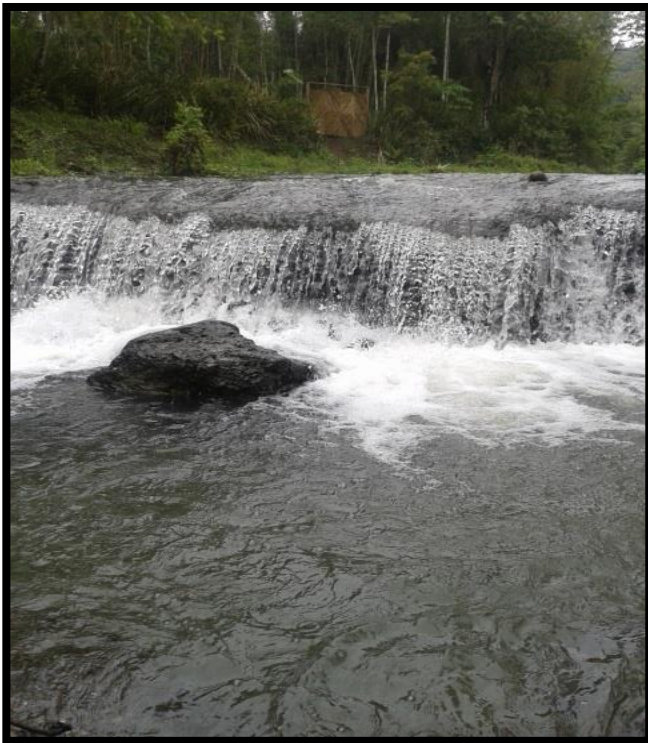
ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA COMUNA LOMA ALTA

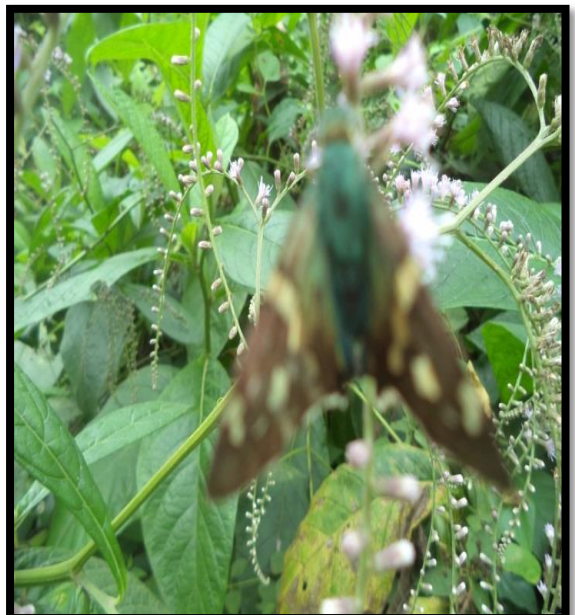




FOTOGRAFIAS DURANTE LA GRABACIÓN DE LA PROPUESTA









Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN							
TÍTULO DEL TRABAJO			"Comunicación corporativa y su efecto en la difusión de la actividad turística en la comuna loma alta año 2013".				
INSTRUCTIVO			Encuesta				
Ítem	CONGRUENCIA (Con el título del trabajo)		CLARIDAD		TENDENCIOSIDAD (Las preguntas están libres de otros factores que influyan en la respuesta)		Observaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	/		/		/		
2	/		/		/		
3	/		/		/		
4	/		/		/		
5	/		/		/		
6	/		/		/		
7	/		/		/		
8	/		/		/		
9	/		/		/		
10	/		/		/		
11	/		/		/		
12	/		/		/		
13	/		/		/		
14	/		/		/		
Evaluado por:	ApellidoNombre		Cédula de Ciudadanía		Fecha		Firma
	Dr. Monserrate Cervantes Juan		0906355678		15/Sept/2014		
	Profesión		Cargo		Teléfono		Reg. SENESCYT
Dr. En Medicina y Cirugía. MSc		Director Escuela de la Salud					

Agradecido por su colaboración.


Dr. Juan Monserrate C. MSc.



Universidad Estatal Península de Santa Elena
 Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
 Escuela de Ciencias Sociales
 Carrera de Comunicación Social

FICHA TECNICA DEL VALIDADOR

Evaluador	Apellido Nombre	Cédula de Ciudadanía	Fecha	Firma
	Leon Calle Galan	0910132430	Oct. 3 2014	
	Profesión	Cargo	Teléfono	Reg. SENESCYT
	Docente	Docente	0739201899	1006-10006-12-746917

MS: Muy Satisfactorio (10) S: Satisfactorio (9) PS: Poco Satisfactorio (8) M: Mejorable (7)

No.	Criterios de validación (Contenido / estructura)	MS	S	PS	M
1	El tema de la propuesta con sus componentes	/			
2	Justificación de la propuesta	/			
3	Formulación del Diagnóstico	/			
4	Fundamentación Teórica de la propuesta	/			
5	Formulación de objetivos de la Propuesta	/			
6	Factibilidad / descripción de la Propuesta	/			
7	La propuesta es una buena alternativa	/			
8	El contenido de la propuesta es pertinente para el mejoramiento de la temática.	/			
9	Existe coherencia en la estructura de la propuesta	/			
10	La aplicabilidad de la propuesta dará cumplimiento a los objetivos propuestos	/			
SUBTOTAL					

CALIFICACIÓN DE LA VALIDACION DE LA PROPUESTA100 /100

Agradecido por su colaboración.



UNIVERSIDAD ESTATAL
"PENÍNSULA DE SANTA ELENA"
Creación Ley No. 110 R. O. No. 366(Suplemento) 1998-07-22
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La Libertad, 15 Septiembre de 2014
Oficio N°.- 333 – CACSO

Sr.
Wilson Tomalá
**Presidente de la Comuna Loma Alta – Parroquia Manglaralto-
Cantón Santa Elena**
En su Despacho.-

De mis consideraciones:

Las estudiantes INGRID LORENA GONZABAY ZAMBRANO y BETTY LEONOR TOMALÁ TOMALÁ, como requisito para obtener el título de tercer nivel de licenciados en Comunicación Social, están realizando su trabajo de titulación o proyecto de investigación con el tema: "COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y SUS EFECTOS EN LA DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNA LOMA ALTA. 2013-2014."

Por tal razón solicito a usted se digne autorizar a quien corresponda se brinden las facilidades que los referidos estudiantes realicen su trabajo de investigación en La Comuna Loma Alta, con la finalidad de recabar la información necesaria para complementar dicho estudio.

Seguro de su favorable respuesta, el anticipo mis agradecimientos.

La Libertad, 15 de septiembre de 2014.

Lic. Milton González Santos, Mgs.
DIRECTOR DE ESCUELA
MG/PL.





Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Escuela de Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

Fecha: La Libertad, 15 de septiembre del 2014

Institución: UPSE

Función: Director de la Escuela de Ciencias de la Salud.

Dr. Juan Monserrate Cervantes

De mis consideraciones

Con el propósito solicitar la validación de mi encuesta respecto al tema de trabajo de titulación: "Comunicación corporativa y su efecto en la difusión de la actividad turística en la comuna loma alta año 2013"; para lo cual presento el instrumento de validación, el que está sometido a su escrutinio.

Por las razones expuestas, agradezco su aporte.

Cordialmente,

Ingrid Gonzabay Zambrano. Betty TomaláTomalá.


Dr. Juan Monserrate MSc.